



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ» - дисципліна вільного вибору
студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні сучасної системи поглядів і спеціальних знань у галузі управління продажами, набуття практичних навичок щодо управління продажами на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективної діяльності підприємств.

2. Завдання дисципліни: засвоєння теоретичних та організаційних основ управління продажами, розуміння сутності системи продажу та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розуміння системи методів маркетингу в управління продажами, забезпечення необхідних знань щодо вибору та роботи з посередниками, управління діяльністю учасників товарного руху, набуття методологічних і методичних навичок щодо вибору та ведення політики розподілу в умовах конкуренції та кон'юнктури ринку.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
6. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
8. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Для майбутніх фахівців-маркетологів знання основних положень системи управління продажами є передумовою прийняття правильних рішень у сфері збуту готової продукції, дозволяє самостійно планувати обсяги продажів, розробляти стратегію збуту, створювати ефективну систему роботи з персоналом, управляти торгівельними відносинами та контролювати і оцінювати ефективність процесу продажу.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Концептуальні засади управління продажами: сучасні тенденції.
2. Організація продажу.
3. Побудова системи продажу на принципах гармонізації.
4. Маркетинг в сфері продажу.
5. Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажами.
6. Стратегія і тактика управління продажами.
7. Прогнозування та планування продажу.
8. Маркетинговий аналіз ефективності управління продажем.