

## **Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины «Искусство торговли»**

### **1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы в модульной структуре ООП.**

Учебная дисциплина включена в дисциплины и курсы по выбору студента Блока 1 ООП (Б 1.В1.1).

### **2. Цель изучения учебной дисциплины.**

Целью изучения дисциплины является ознакомление обучающихся с теоретическими основами, дать практические навыки в сфере искусства торговли, способствовать формированию компетенций, позволяющих принимать эффективные управленческие решения в области искусства торговли.

### **3. Структура учебной дисциплины.**

Понятие о предмете «Искусство торговли». Психологические основы личных продаж оптовых партий товара. Основные этапы процесса продажи. Техника телефонного маркетинга. Методика личных продаж в сфере В2В. Правила продаж в торговом зале. Организация дилерских сетей.

### **4. Основные образовательные технологии.**

Лекции, семинарские и практические занятия; решение задач; обсуждение докладов; письменные домашние работы; тесты; консультации преподавателя; анализ конкретных ситуаций (в активной и интерактивной форме).

### **5. Требования к результатам освоения учебной дисциплины.**

Содержание и структура дисциплины «Искусство торговли» должны способствовать формированию как общекультурных (ОК), так и профессиональных компетенций (ПК):

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** сущность, структуру и функции искусства торговли как науки; объект и предмет искусства торговли; методы исследования рынка и целевых аудиторий; психологические методы коммуникационного воздействия; основные правила эффективной оптовой и розничной торговли; преимущества и недостатки методов оптовой и розничной торговли; особенности и сферы применения тех или иных инструментов оптовой и розничной торговли; основные положения а) Закон РФ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"; б) Закон РФ «О защите прав потребителей».

**уметь:** разрабатывать решения в сфере искусства торговли и планировать весь технологический процесс; производить расчеты бюджета тех или иных видов торговых процессов; организовывать работу отдела сбыта и продаж.

**владеть:** навыками интегрировать возможности конкретных инструментов искусства торговли в единый комплекс продвижения товаров и услуг на тех или иных рынках; приемами донесения до целевых аудиторий сути уникального торгового предложения различными методами и приемами торговли; методами создания и укрепления имиджа предприятия; навыками личных продаж как в сфере оптовой торговли (B2B), так и в сфере личных продаж B2C на предприятиях розничной торговли.

**6.Общая трудоемкость учебной дисциплины:** 4 зачетные единицы (144 часа).

**7. Промежуточная аттестация:** экзамен.