|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра креативного управления и гуманитарных наук | | | |  |  |
| Дисциплина | | Управление продажами и мерчендайзинг в клиентоориентированных организациях | |  |  |
| Направление подготовки | | 38.03.02 Менеджмент | |  |  |
| Профиль | | Креативное управление в клиентоориентированных организациях | |  |  |
| Объем дисциплины | | 4 з.е | |  |  |
| Формы промежуточной аттестации | | Зачет | |  |  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | | | |
|  |  | | | |  |
|  |
| Тема | Наименование темы | | | |  |
| Тема 1. | Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе. Конкуренция компаний в развитии  технологий продаж в условии стандартизации товаров и услуг. Мерчендайзинг | | | |  |
| Тема 2. | Концепции вовлечения потребителя в продвижение продуктов и услуг. Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатления как ресурс эффективных продаж | | | |  |
| Тема 3. | Изменение роли потребителей в процессе организации продаж. Вирусный маркетинг в технологиях продаж | | | |  |
| Тема 4. | Типология событий, повышающих активность покупателей. Формирование календаря событий для управления продажами предприятия сервиса. | | | |  |
| Тема 5. | Подготовка прогнозов, проектов, перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, в проведении маркетинговых исследований по изучению спроса на продукцию организации, перспектив развития рынков сбыта | | | |  |
| Тема 6. | Конкуренция в событийном маркетинге. Специальные проекты в продвижении сервисных продуктов. Виды презентаций сервисного продукта | | | |  |
| Тема 7. | Гудвилл и управление репутацией фирмы. Репутационная стратегия фирмы, основные репутационные характеристики и направления работы | | | |  |
| Тема 8. | Фирменный стиль в стратегии продвижения услуг предприятий сервиса. Кросс- маркетинговые акции с партнерами сервисного предприятия | | | |  |
| Тема 9. | История и тренды мобильных приложений в технологиях продаж сферы услуг. Поведение потребителей в электронной среде | | | |  |
| Тема 10. | Типология мобильных приложений в системе продажи услуг. Функции мобильных приложений | | | |  |
| Тема 11. | Организация продаж через мобильные приложения. Продвижение продаж через мобильные приложения. Игровые мобильные технологии в продвижении услуг | | | |  |
| Тема 12. | Оценка эффективности электронных продаж. Управление лояльностью в продажах и продвижении услуг в электронной среде | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | | | |

|  |
| --- |
| **Основная литература:** |
| 1. Свириденко Ю.П., Хмелев В.В. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 174 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1007976 |
|
| 2. Земляк С.В., Гусарова О.М. Управление продажами [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Вузовский учебник, 2019. - 300 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1019525 |
| 3. Курилова Е. В., Ивлиева Е. А., Чикурова Т. Ю. Технологии управления сервисной деятельностью [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2018. - 176 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/18/p491108.pdf |
|  |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. Джоббер Д., Ланкастер Д. Продажи и управление продажами [Электронный ресурс]:Учеб. пособие для вузов. - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 622 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1028609 |
|
| 2. Российский государственный гуманитарный университет РГГУ Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 433 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1091105 |
| 3. Белорусский государственный университет Управление продажами [Электронный ресурс]:Учебно-методическая литература. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 492 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1092999 |
| 4. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 288 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1853098 |
|  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине** |
|  |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
|  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-** **телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023 |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
|  |
| Аннотацию подготовил: Стожко Д.К. |

.