|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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 вразвитиитехнологий 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 ивпечатления как ресурс эффективных продаж |  |
| Тема 3. | Изменение роли потребителей в процессе организации продаж. Вирусный маркетингв технологиях продаж |  |
| Тема 4. | Типология событий, повышающих активность покупателей. Формированиекалендаря событий для управления продажами предприятия сервиса. |  |
| Тема 5. | Подготовка прогнозов, проектов, перспективных и текущих планов производства иреализации продукции, в проведении маркетинговых исследований по изучениюспроса на продукцию организации, перспектив развития рынков сбыта |  |
| Тема 6. | Конкуренция в событийном маркетинге. Специальные проекты в продвижениисервисных 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 мобильныхприложений |  |
| Тема 11. | Организация продаж через мобильные приложения. Продвижение продаж черезмобильные приложения. Игровые мобильные технологии в продвижении услуг |  |
| Тема 12. | Оценка эффективности электронных продаж. Управление лояльностью в продажах ипродвижении услуг в электронной среде |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |

|  |
| --- |
| **Основная литература:** |
|  1. Свириденко Ю.П., Хмелев В.В. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]:Учебноепособие. - 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 сервиснойдеятельностью [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 исферах 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 [Электронныйресурс]:Учебно-методическая литература. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков иК", 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.  |

.