



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный медицинский университет имени
В.И. Разумовского» Министерства здравоохранения Российской Федерации
(ФГБОУ ВО «Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского» Минздрава России)**

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕХНИКА ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ»
ПРОГРАММЫ ОРДИНАТУРЫ**

Специальность: 33.08.02 Управление и экономика фармации

Квалификация: Провизор-менеджер

Трудоемкость (ЗЕТ/акад. час.)	2 ЗЕТ/ 72 акад. часа
Цель учебной дисциплины	Подготовить квалифицированного провизора-менеджера по управлению и экономике фармации, обладающего системой универсальных и профессиональных компетенций, готового для самостоятельной профессиональной деятельности, имеющего представление о техниках и приемах, усиливающих воздействие продавца на решение покупателя, владеющего приемами проведения переговоров по продажам.
Задачи учебной дисциплины	Совершенствование знаний провизора-менеджера технологии продаж, приемов эффективного взаимодействия с покупателями, эффективной презентации и продажи товаров; формирование системного подхода к анализу и управлению поведением продавца и покупателей; освоение техники работы с клиентами способов завершения продажи.
Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО	Вариативная часть Блока 1, обязательные дисциплины Б1.В.ОД.3
Формируемые компетенции (индекс)	УК-2; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Результаты освоения дисциплины (в соответствии с профессиональным стандартом или проектом профессионального стандарта)	<u>Ординатор должен знать:</u> <ul style="list-style-type: none">• нормы делового и бизнес этикета, техники ведения переговоров, манипулятивные техники;• техники выявления особенностей покупателя и методы работы с покупателем, способы формирования потребностей;• особенности аптечных продаж, основные качества продавца-профессионала;• способы установления и поддержания контакта, основные коммуникативные приемы в работе с покупателем, стили общения с разными типами покупателей;• способы построения взаимоотношений с

покупателем после заключения сделки, способы завершения продажи товара или услуги;

- типы покупателей, виды и механизмы продажи фармацевтических товаров, техники формулирования вопросов;

- правила составления, приемы и методы презентации товара; концепция продукта или услуги, уникальные стороны продукта;

- этапы технологии продаж, содержание каждого этапа, его задачи и особенности;

- основные экономические показатели деятельности фармацевтической торговой организации;

- основные этапы и особенности анализа товарооборота в фармацевтической организации.

Ординатор должен уметь:

- действовать в нестандартной обстановке, импровизировать в общении с покупателем, формировать потребность покупателя;

- устанавливать контакты с покупателями товаров аптечного ассортимента и поддерживать его;

- определять тип собеседника и стиль общения с ним, ставить цели взаимодействия с покупателем, решать задачи общения;

- завершать сделку, выстраивать долгосрочные отношения с покупателем;

- использовать правила и приемы общения с покупателями конкретного типа для построения эффективной коммуникации;

- проводить успешную презентацию товара, оперативно реагировать на запрос покупателя;

- действовать в соответствии с алгоритмом продаж;

- анализировать и планировать основные экономические показатели деятельности подразделения;

- оценивать товарооборот и планировать поступление товаров в фармацевтическую организацию.

Ординатор должен владеть:

- приемами и методами формирования системы межличностного общения с учетом потребительских предпочтений;

- навыками установления контакта и коммуникационного взаимодействия с покупателем;

- навыками использования коммуникативных приемов;

- навыками выявления и выработки эффективных методов построения долгосрочных отношений с покупателем;

- навыками применения технологии продаж;

- навыками проведения презентации аптечных

	товаров; <ul style="list-style-type: none"> • приемами и методами формирования системы межличностного общения; • методиками расчета и анализа экономических показателей деятельности фармацевтической торговой организации; • навыками оценки и планирования товарооборота в деятельности фармацевтической организации.
Основные разделы учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методология обеспечения эффективных продаж. 2. Техники работы с покупателем.
Виды учебной работы	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа ординатора
Используемые информационные, инструментальные, программные средства обучения	Использование в процессе занятий мультимедийных презентаций, разбора конкретных ситуаций. Внеаудиторная работа: работа с учебной и научной литературой, работа с тестами и вопросами для самопроверки.
Формы текущего контроля	Опрос с использованием вопросов для устного контроля, ситуационные задачи, тестирование.
Формы рубежной аттестации	Зачет в 3 семестре