



## АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Техники продаж в дизайне»

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре дизайна

<b>Место дисциплины в учебном плане</b>	Дисциплина «Техники продаж в дизайне» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Освоение инструментов, направленных на особенности продажи продуктов дизайн-проектирования.
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>ОПК-3</b> - обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;</p> <p><b>ОПК-5</b> - уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p><b>ПК-7</b> - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p><b>ПК-8</b> - способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• общие принципы и этапы маркетинговых инструментов;</li> <li>• предмет и средства маркетинговых исследований и техник продаж;</li> <li>• основы психологии делового общения;</li> <li>• основы продажи нематериальных ценностей</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать основные способы и инструменты формирования продукта продажи, цены, клиент;</li> <li>• разрабатывать модель продажи на рынке, используя воронку маркетинга;</li> <li>• применять способы и инструменты продаж и сервиса в профессиональной деятельности компании.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• приемами, средствами проведения рекламных и PR-кампаний;</li> <li>• методами маркетинговых исследований;</li> <li>• приемами медиа-планирования;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• организацией проектного материала в формат, для передачи творческого художественного и маркетингового замысла.</li> </ul>
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины</b>	Особенности продавать - продукт, услугу, компанию, идею; по возрастанию и сложности(сверху вниз). Воронка маркетинга. Этапы продаж. Различения - компания или человек. Маркетинговые инструменты продаж и их особенности (реклама, соц.сети, встречи, УТП, портфолио и т.д). 7Р.
<b>Форма итогового контроля знаний</b>	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме выполнения и сдачи заданий по дисциплине.