



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Техники продаж в дизайне»

Направление подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика»

Профиль «Прикладная информатика в экономике»

Программа разработана на кафедре дизайна

Место дисциплины в учебном плане	Дисциплина «Техники продаж в дизайне» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
Цель изучения дисциплины	Освоение инструментов, направленных на особенности продажи продуктов дизайн-проектирования.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОПК-3 - способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-6 - способность собирать детальную информацию для формализации требований пользователей заказчика;</p> <p>ПК-16 - способность осуществлять презентацию информационной системы и начальное обучение пользователей.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • общие принципы и этапы маркетинговых инструментов; • предмет и средства маркетинговых исследований и техник продаж; • основы психологии делового общения; • основы продажи нематериальных ценностей. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные способы и инструменты формирования продукта продажи, цены, клиент; • разрабатывать модель продажи на рынке, используя воронку маркетинга; • применять способы и инструменты продаж и сервиса в профессиональной деятельности компании. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемами, средствами проведения рекламных и PR-кампаний; • методами маркетинговых исследований; • приемами медиа-планирования; • организацией проектного материала в формат, для передачи творческого художественного и маркетингового замысла.

Краткая характеристика учебной дисциплины	Особенности продавать - продукт, услугу, компанию, идею; по возрастанию и сложности (сверху вниз). Воронка маркетинга. Этапы продаж. Различия - компания или человек. Маркетинговые инструменты продаж и их особенности (реклама, соц.сети, встречи, УТП, портфолио и т.д). 7Р.
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме выполнения и сдачи заданий по дисциплине.