



## АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Техники продаж в дизайне»

Направление подготовки 54.03.01 «Дизайн»

Профиль «Графический дизайн»

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>	<b>ПК-4</b> - способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проектов; <b>ПК-5</b> - способность конструировать предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе для создания доступной среды; <b>ПК-6</b> - способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<b>Знать:</b> <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> <b>Уметь:</b> <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> <b>Владеть:</b> <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> <li>• организацией проектного материала в формат, для передачи творческого художественного и маркетингового замысла.</li> </ul>
<b>Краткая характеристика учебной</b>	Особенности продавать - продукт, услугу, компанию, идею; по возрастанию и сложности(сверху вниз). Воронка маркетинга. Этапы продаж. Различения - компания или человек. Маркетинговые

<b>дисциплины</b>	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.