

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
А.С. Огрин



## АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Техники продаж в дизайне»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Управление организацией»

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 (модулей).
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Освоение инструментов, направленных на особенности продажи продуктов дизайн-проектирования.
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>ОК-4</b> - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p><b>ОПК-3</b> - способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемое мероприятие;</p> <p><b>ОПК-7</b> - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p><b>ПК-8</b> – владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</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> <li>• организацией проектного материала в формат, для передачи творческого художественного и маркетингового замысла.</li> </ul>
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины</b>	<p>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). 5. 7Р.</p>
<b>Форма итогового контроля знаний</b>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме выполнения и сдачи заданий по дисциплине.</p>