



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Техники продаж в дизайне»

Направление подготовки 38.03.01«Экономика»

Профиль «Экономика предприятий, финансы и кредит»

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>ОК-4 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-2 - способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;</p> <p>ПК-4 - способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;</p> <p>ПК-8 - способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.</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. Различения - 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.