

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 09:11:51

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Технологии продажи рекламы

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.06.03_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	30	30	30	30
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: освоение обучающимися организационных аспектов построения системы продаж организации-рекламодателя и ключевых технологий эффективной продажи рекламного продукта.
1.2	Задачи: изучение современных представлений о содержании процесса продажи рекламного продукта; освоение обучающимися организационных аспектов построения системы продаж рекламного продукта; приобретение знаний об основных процедурах организации взаимодействия с клиентами, выявления, формирования и удовлетворения их потребностей; приобретение новой информации о психологии клиента и технологиях ведения переговоров; освоение эффективных приемов управления продажами на различных этапах заключения сделки.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК-9: владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения

Знать:

потребности клиента и способы влияния на принимаемые им решения; методы понимания потенциального клиента; поведенческие аспекты коммуникации с клиентами в процессе продаж; приемы эффективного реагирования на критику со стороны клиентов; типы конфликтных личностей, особенности делового общения с клиентами в конфликтных ситуациях; методы разрешения конфликтов в процессе осуществления продаж.

Уметь:

проводить анализ мотивов клиента, понять запросы клиента, настраиваться на клиента, его потребности и предпочтения, уметь эффективно строить процесс коммуникации с клиентом на различных этапах заключения торговой сделки; различать типы конфликтов и применять методы разрешения конфликтов в процессе осуществления продаж.

Владеть:

навыками деловых коммуникаций и навыками выявления ожиданий клиентов для совершенствования процесса управления продажами и повышения качества торгового обслуживания.

ПК-2: способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

Знать:

основы планирования подбора, обучения и руководства торговым персоналом, а также контроля организационных ресурсов в рамках обеспечения наибольшего объема продаж; процесс управления продажами рекламного продукта,

включая вопросы организационного построения структур управления рекламной деятельностью на предприятиях-рекламодателях, в рекламных агентствах и в средствах распространения рекламы.
Уметь:
осуществлять планирование и организацию процесса продаж рекламного продукта в компании-рекламодателе.
Владеть:
навыками организации и планирования продаж рекламного продукта в компании; методами определения численности торгового персонала компании, навыками мотивирования сбытовой команды и разрешения конфликтов.
ПК-13: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать:
общую схему процесса продажи рекламного продукта; виды, формы и типы продаж; основные типы коммерческих задач и категории менеджеров по продажам; стили, технологии и стратегии продаж; методы и приемы, обеспечивающие управление продажами на различных стадиях заключения сделки.
Уметь:
применять полученные теоретические знания и навыки для осуществления процесса продаж рекламного продукта.
Владеть:
навыками управления продажами на различных стадиях заключения сделки.