Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.08.2021 16:30:35
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Технологии продажи рекламы

Закреплена за кафедрой	**Маркетинг и реклама**
Учебный план	42.03.01_1.plx
Форма обучения	**очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**4 (2.2)**		Итого	
Недель	17,3			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	36	36	36	36
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	54	54	54	54
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная	72	72	72	72
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

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)

ПК-8: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Знать:

коммуникативную, интерактивную и перцептивную стороны продаж, психологические особенности и специфику делового взаимодействия с клиентами различных типов поведения.

Уметь:

применять приемы делового общения при взаимодействии с клиентами, заключать договора и контролировать их выполнение, соблюдать этические нормы поведения при работе с клиентами, определять психотип клиента и корректировать свои действия с учетом особенностей его поведения.

Владеть:

навыками организации деловых переговоров и определения психотипа клиента; коммуникативными средствами, приемами, методиками, технологиями воздействия и влияния на деловых партнеров.

ПК-12: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

Знать:

цикл продаж 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; типовые возражения клиента и способы их обработки; специфические особенности продажи по телефону.

Уметь:
работать с индивидуальными и групповыми клиентами; выбирать технологию проведения процесса продаж; устанавливать и проводить анализ мотивов клиента; выстраивать алгоритм обработки возражений клиентов при осуществлении сделки, продажи по телефону, проведению презентации; применять приемы обоснования цены и методы завершения продаж.
Владеть:
навыками управления продажами на различных стадиях заключения сделки.