

Аннотация дисциплины

Управление продажами и принципы рекламы

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, ОП "Управление бизнесом" (Менеджмент организации).

Цель дисциплины формирование у студентов, следующих компетенций:

ПКН-8 владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон;

ПКП-1 способность применять количественные и качественные методы анализа при оценке состояния внешней и внутренней среды организации, условий и результатов деятельности организации;

УК-10 способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач.

Место дисциплины в структуре ООП «Управление продажами и принципы рекламы» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, цикла профиля «Менеджмент организации» модуля 6 «Маркетинг менеджмент».

Краткое содержание:

Принципы и правовые основы управления продажами на рынках B2B и B2C. Инновационные подходы к управлению продажами товаров и услуг с применением информационных технологий. Способы поиска и анализ информации при управлении продажами. Комплекс мероприятий по реализации товаров и услуг, методика оценки эффективности проведенных мероприятий, навык по выработке предложений по совершенствованию методов и способов продажи товаров и услуг. Специфика управления продажами по отраслям и сферам деятельности.

Виды и средства распространения рекламы. Экономические, правовые и культурные аспекты рекламного бизнеса. Психологические аспекты воздействия рекламы. Организация рекламной деятельности.