

**Рабочая программа учебного курса
«Менеджер по диджитал маркетингу и продажам»**

Курс состоит из 6 учебных дисциплин:

Дисциплина 1. Введение в маркетинг, диджитал маркетинг. Анализ аудитории и конкурентов.

Дисциплина 2. Разработка комплекса маркетинга организации.

Дисциплина 3. Разработка маркетинговой стратегии, основанной на ценности.

Дисциплина 4. Продажи, их виды и особенности.

Дисциплина 5. Практика продаж на различных этапах.

Дисциплина 6 Клиентский опыт в продажах.

Дисциплина 7. Организация работы подразделения продаж.

Цель освоения Дисциплины 1: формирований новых компетенций в области анализа рынка, проведения маркетинговых исследований.

**Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые
слушателями в процессе освоения Дисциплины 1:**

- способность подготовки и проведения маркетинговых исследований различных видов, строить свою работу с учетом этих особенностей;
- умение разрабатывать планы маркетинговых исследований и осуществлять их;
- готовность проведения эффективных маркетинговых исследований.

Цель освоения Дисциплины 2: формирование новых компетенций в сфере создания и реализации комплекса маркетинга, реализации маркетинговых программ.

**Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые
слушателями в процессе освоения Дисциплины 2:**

- способность понимать основные составляющие комплекса маркетинга и их реализации;
- умение создавать маркетинговые программы по каждому элементу комплекса маркетинга;
- готовность реализовать маркетинговые программы и оценить их эффективность.

Цель освоения Дисциплины 3: формирование новых компетенций для управления маркетинговой деятельностью организации.

**Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые
слушателями в процессе освоения дисциплины 3:**

- способность понимать принципы управления маркетинговой деятельностью организации и строить свою работу с учетом этих принципов;

- умение планировать, управлять и контролировать маркетинговую деятельность организации;
- готовность осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации.

Цель освоения дисциплины 4: изучить различные виды и типы продаж, понять их особенности, получить представление о способах и современных технологиях продаж.

Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения дисциплины 4:

- способность понимать особенности продаж различных видов, строить свою работу с учетом этих особенностей продаж;
- умение разрабатывать и выстраивать планы работ с клиентами для различных видов и способов продаж;
- готовность обеспечивать эффективный поиск и привлечение клиентов с учетом типа проводимых продаж.

Цель освоения Дисциплины 5 – создать целостное представление о об этапах продажи и о технологиях, применяемых на каждом из этапов. Раскрыть сущность и специфику методов продаж на всех этапах, от анализа рынка, до завершения продажи.

Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения дисциплины 5:

- способность проводить анализ рынка, оценивать предложения конкурентов и выстраивать этапы продаж;
- умение совершать холодные звонки, организовывать встречи с клиентами и презентации;
- готовность преодолевать возражения клиентов используя специальные приемы;
- способность эффективно завершать продажу и организовывать удержание клиента с целью последующих продаж.

Цель освоения Дисциплины 6: содействие правильному подходу к организации деятельности подразделения продаж. Получение знаний и умений, позволяющих выстроить эффективное подразделение продаж.

Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения Дисциплины 6:

- умение организовать работу подразделения продаж, организовать подбор и подготовку сотрудников, разработать систему их мотивации;
- готовность к самообразованию и самосовершенствованию в деятельности по организации эффективной работы подразделения продаж;

- способность применять на практике инновационные методы по организации работы подразделения продаж;
- умение анализировать и решать практические задачи по организации работы подразделения продаж с использованием инновационных методов и технологий.

Директор Высшей школы
менеджмента и технологий



О.В. Прокудина