

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:19:24
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab824

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Современные инструменты повышения продаж

| | |
|---|----------------------|
| Уровень образования | бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.04 Телевидение |
| Направленность (профиль) | Звукорежиссура |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма обучения | очная |

Учебная дисциплина «Современные инструменты повышения продаж» изучается в шестом семестре.

Курсовая работа - не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации

зачет

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Современные инструменты повышения продаж» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является элективной дисциплиной (майнор 2)

1.3 Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине «Современные инструменты повышения продаж»

Целями изучения дисциплины являются:

- применение отдельных возможностей, приемов и методов, используемых в персональных продажах;
- формирование у обучающихся навыков применения технологий продаж;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции |
|---|---|
| ДПК-1 Способен анализировать конъюнктуру товарного рынка, применять знания основных приемов осуществления закупок и поставок товаров, разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров | ИД-ДПК-1.3 Анализ стратегии продвижения товаров в организации, в т. ч. в торговой и коммерческой сферах |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|---------------------------|---|-------------|-----|-------------|
| по очной форме обучения – | 3 | з.е. | 108 | час. |
|---------------------------|---|-------------|-----|-------------|