

## Информационная карта программы

<b>Наименование курса:</b> (100 символов без учета пробелов)	Агент рекламный
<b>Проект ЦОПП:</b> (Раздел)	Программы профессионального обучения
<b>Компетенция:</b>	-
<b>Вид программы:</b>	<b>Профессионального обучения</b>
<b>Короткое описание курса (Анонс):</b> (200 символов без учета пробелов)	Слушатель, успешно завершивший обучение по программе, должен решать следующие профессиональные задачи в производственно-технологической деятельности: - разрабатывать стратегии рекламных кампаний; - создавать и тестировать рекламные продукты; - использовать современные инструменты и каналы продвижения рекламы; - вести переговоры и демонстрировать рекламные предложения (решения) заказчикам.
<b>Результаты курса (Подробнее):</b>	<p><b>В результате обучения слушатель будет знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативных правовых актов, положений, инструкций, других руководящих материалов и документов, касающихся торговой деятельности;</li> <li>- законодательства о рекламе;</li> <li>- видов рекламы и основ организации рекламной деятельности;</li> <li>- правил внутреннего трудового распорядка;</li> <li>правил и норм охраны труда;</li> <li>- перспектив развития отрасли, предприятий, учреждений, организаций, производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги;</li> <li>- номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции и выполняемых услуг, основных их характеристик;</li> <li>- требований потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам;</li> <li>- действующих ценников и прейскурантов на рекламные услуги;</li> <li>- основ психологии потребителя;</li> <li>- передовой отечественный и зарубежный опыт организации рекламной работы;</li> </ul> <p><b>В результате обучения слушатель будет уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнению комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач, соблюдая действующие этические нормы рекламирования товаров, услуг;</li> <li>- заключать договоры или соглашения между доверителем и посредником, определяющие характер и объем работ, которые необходимо выполнить за счет и от имени доверителя, а также их оплату по действующим тарифам или условиям договора (соглашения);</li> <li>- проводить разъяснительную работу среди покупателей и потребителей товаров о гарантиях, правах и способах защиты их</li> <li>- рекламы, обеспечивающих выделение и продвижение рекламируемого объекта на внутреннем и внешнем рынке</li> </ul>

	<p>товаров и услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- информировать потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, раскрывая их специфические особенности, о практическом использовании объекта рекламы, убеждая их, что именно этот товар (услуга, идея) ему нужны;</li> <li>- при проведении рекламной работы ссылаться на мнения престижного покупателя или потребителя, учитывать платежеспособность различных групп населения;</li> <li>- выделять объект рекламы из массы сообщений, циркулирующих в средствах массовой информации, характеризует его дополнительно отличительными потребительскими качествами, преимуществами на рынке товаров и услуг, создавая спрос и побуждая покупателей и потребителей к заключению сделки;</li> <li>- принимать меры по обеспечению участия потенциальных покупателей и потребителей в презентациях товаров и услуг, а также проводимых ярмарках, выставках, экскурсиях на предприятия, изготавливающие рекламируемую продукцию;</li> <li>- осуществлять работу по популяризации предприятия-изготовителя, его коммерческих связей, принципов, положенных в основу его деятельности, направленную на формирование благожелательного отношения покупателей и потребителей и обеспечению престижа рекламодателя;</li> <li>- стимулировать потребителя повторно делать покупки товара и обращаться за услугами</li> </ul>
<b>Содержание курса:</b>	<p>Тема 1. Особенности профессии «Агент рекламный»      Тема 2. Основы рекламной деятельности      Тема 3. Организация процесса изготовления рекламы      Тема 4. Управление процессом изготовления рекламы  <b>Итоговая аттестация (Экзамен)</b></p>
<b>Ресурсы ЦОПП:</b> <i>(При наличии)</i>	ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
<b>Преподаватели:</b> <i>(Полные ФИО и фотографии)</i>	Агаларова Екатерина Григорьевна, Гунько Юлия Александровна, Зубарева Елена Владимировна
<b>Адресность:</b>	Студенты 1 курса института СПО
<b>Формат обучения:</b>	<b>Оффлайн</b>
<b>Срок реализации:</b> <i>(Длительность)</i>	Продолжительность: Трудоемкость всего – 144 академических часа Количество дней   недель обучения – 10 недель
<b>Стоимость:</b> <i>(Бесплатно   Платно - цена)</i>	30 000
<b>Центр обучения:</b> <i>(Полное наименование образовательной организации   Партнера)</i>	ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
<b>Получаемый документ:</b>	Свидетельство о профессии рабочего, должности служащего
<b>Место нахождения центра обучения:</b> <i>(Адрес нахождения ОО   Партнера)</i>	г. Ставрополь, пер. Зоотехнический 12.
<b>Доступность для лиц с ОВЗ:</b>	<b>Да</b>
<b>Уровень сложности:</b>	<b>Стартовый</b>
<b>Ответственный менеджер:</b>	Максименко Анастасия Александровна

**Ссылка на форму регистрации:**

(Подкрепляет ответственный за сайт)