

Программа профессиональной переподготовки «Управление маркетингом» - 252ч

Цель программы: подготовка специалистов в сфере управления маркетингом и рыночной аналитики, а также специалистов по развитию бизнеса в российских и иностранных компаниях.

В программе нарабатываются компетенции по:

разработке маркетинговых стратегий, контролю бюджета и оценке эффективности маркетинговых мероприятий, принятию решений по оптимизации процессов продаж на основании анализа показателей.

По результатам программы слушатели получают навыки умения обработки большого количества информации и освоят практические методы работы с рынком и аналитическими инструментами.

В программу включено изучение законодательных и нормативно-правовых актов, разбор сложных кейсов, практические методики и инструменты работы с маркетинговой информацией.

Целевая аудитория: руководители по маркетингу и их заместители, действующие специалисты по рекламе и владельцы бизнеса, которые хотят освоить управление маркетингом и продвижение товаров на рынке.

Практическая ориентация программы достигается за счет:

- минимизации лекционного материала (теория выносится на самостоятельное изучение);
- применение активных и интерактивных форм обучения: кейс-метода с разбором конкретных ситуаций из опыта российских и иностранных фирм, мастер-классов, бизнес-тренингов и т.д.
- участия в реализации программы маркетологов-практиков и бизнес-консультантов;
- подготовки слушателями выпускной аттестационной работы в форме маркетингового исследования конкретного рынка или маркетинг-плана развития фирмы.

Длительность обучения

Продолжительность обучения составляет 252ч - 3 месяца. Занятия проходят очно+онлайн(2 будних дня-вечер он-лайн, суббота-очно)

Выпускники, закончившие обучение, получают диплом о профессиональной переподготовке АНО ДПО «Региональный Учебный Центр» <https://centr39.ru>, удостоверяющий право на ведение профессиональной деятельности в области управления маркетингом, с формулировкой в соответствии с требованием вашей организации.

Соответствие стандартам

Программа разработана с учетом требований соответствующего профессионального стандарта, утвержденного Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации.

Учебный план Программы

№ п/п	Содержание
1	1 модуль: Экономика и право
1.1	Управленческая экономика
1.2	Спрос и предложение. Рыночное равновесие Производство и затраты
1.3	Рыночные структуры и поведение фирмы
1.4	Совокупный спрос, совокупное предложение и макроэкономические проблемы. Бюджетно-налоговая политика
1.5	Денежный рынок и монетарная политика Правовые основы предпринимательства в РФ
1.6	Экономика и право
	2 модуль: Общий и стратегический менеджмент
2.1	Менеджмент как наука управления организациями. Теория организаций. Организационный дизайн, организационные структуры
2.2	Менеджмент как процесс. Функции менеджмента. Роли менеджера
2.3	Власть и стили руководства. Теории лидерства. Оперативное управление персоналом
2.4	Основы стратегического управления организацией. Стратегический менеджмент: Предмет и содержание, понятие и сущность
2.5	Стратегическое планирование, его содержание и этапы
2.6	Стратегический анализ
2.7	Типологии стратегий. Функциональные стратегии
	3 модуль: Финансы в организации
3.1	Источники финансов
3.2	Финансовая отчетность предприятия
3.3	Маржинальная прибыль. Точка безубыточности. Операционный рычаг Оценка и принятие инвестиционных решений
3.4	Структура капитала. Цена капитала. Финансовый рычаг Управление оборотным капиталом
3.5	Финансовое планирование и прогнозирование
	4 модуль: Маркетинг
4.1	Основы маркетинга и современная маркетинговая концепция. Современные модели маркетинга: от покупателя к потребителю. Стратегический маркетинг. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка Концепция 4P в маркетинге
4.2	Бренд и его роль в повышении конкурентоспособности компании. Маркетинговый план и прогнозирование
4.3	Функциональные маркетинговые стратегии. Стратегия позиционирования. Формирование рыночного Предложения. Поиск и источники потребительской ценности Анализ компаний, имеющих отличительные преимущества
4.4	Цифровой маркетинг (построение цифровой стратегии, Performance marketing, E-

	commerce)
4.5	Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности
	5 модуль: Управление продажами
5.1	Управление продажами. Современные инструменты продвижения товаров и услуг. Разработка стратегии продаж и выбор каналов продвижения (коммуникационная, креативная стратегия, медиапланирование, BTL/TTL коммуникации, трейд-маркетинг).
5.2	Секреты успешных продаж. Реклама. Построение системы продаж
5.3	Оперативное управление продажами. Психология продаж: Факторы, влияющие на поведение потребителей.
5.4	Поведенческий маркетинг. Нейромаркетинг Поведенческая экономика и поведенческий маркетинг Разработка программы управления поведением потребителя
5.5	Анализ клиентского опыта: системы, модели, инструменты Программа управления клиентским опытом для компании/продукта
	Итоговая аттестация