

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)

Ярославский филиал Финуниверситета

Обсуждено и одобрено
на Ученом совете филиала

Протокол № 14
от "18" июня 2024г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Ярославского филиала
Финуниверситета
В.А. Кваша
"19" июня 2024 г.

Учебный план
программы повышения квалификации

«Современные технологии маркетинга в предпринимательстве»

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие (получающие) среднее профессиональное или высшее образование.
Категория слушателей	- руководители малых и средних предприятий; - руководители маркетинговых и сбытовых подразделений; - специалисты по маркетингу, рекламе и брендингу; - менеджеры по продажам и пр.
Срок обучения	72 академических часа
Форма обучения	Очная с использованием ДОТ и ЭО
Режим занятий	2-3 раза в неделю

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов трудоемкости	В том числе				Самостоятельная работа	Форма контроля
			Аудиторные занятия					
			Всего часов	Из них				
				Лекции	Практические			
1	Роль маркетинга в успешной деятельности организации. Взаимосвязь маркетинга и стратегии фирмы.	3	2	2	-	1	-	
2	Изучение потребностей. Технологии и методы маркетинговых исследований. Анкетирование как метод изучения спроса. Web-аналитика.	9	8	4	4	1	-	
3	Конкурентный анализ рынка. Модель конкурентных угроз на рынке (Майкл Портер). Двумерное графическое позиционирование. Семантический дифференциал. Поиск путей повышения конкурентоспособности.	10	8	4	4	2	-	
4	Разработка стратегии развития организации. Выбор стратегии по матрице Ансоффа.	8	6	3	3	2	-	
5	Создание сильного бренда. Выбор целевого сегмента организации. Успешное позиционирование на рынке. Обеспечение лояльности клиентов. "Новые" и "старые" клиенты.	5	4	2	2	1	-	
6	Товарная политика. ABC-анализ ассортимента. Разработка рекомендаций по товарным группам.	5	4	2	2	1	-	
7	Ценовой анализ. Формирование ценовой политики. Приемы и методы ценообразования.	5	4	2	2	1	-	
8	Продвижение товаров и услуг организации. Программы стимулирования сбыта. Продвижение в среде Интернет (сайт, SMM).	6	4	2	2	2	-	
9	Разработка стратегии развития на примере собственной организации	10	-	-	-	10	-	
10	Разработка комплекса маркетинга на примере собственной организации	9	-	-	-	9	-	
11	Индивидуальное консультирование	1*	1*	-	1*	-	-	
12	Итоговая аттестация	1	1	-	1	-	Зачет	
ИТОГО:		72	42	21	21	30		

1* - расчет нагрузки преподавателя на индивидуальное консультирование производится по количеству слушателей в учебной группе (по 1 часу на 1 слушателя).

РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ

Карасев Александр Павлович, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и общегуманитарные науки.

СВЕДЕНИЯ О ПРЕПОДАВАТЕЛЯХ, УЧАСТВУЮЩИХ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

К учебному процессу привлекаются высококвалифицированные преподаватели-практики, имеющие большой опыт в сфере маркетинга.