

АНО ОДПО «УЦ «Симбирск-ЛИНК»

УТВЕРЖДЕНО

Ректором АНО ОДПО

«УЦ «Симбирск-ЛИНК»

Люлькин А.В.

«11» ноября 2025 г.



Программа повышения квалификации «Управление маркетингом и финансами»

Продолжительность обучения 6 месяцев

Категория слушателей: руководители организаций и специалисты по маркетингу и финансам, нацеленные на повышение результативности маркетинговых кампаний и повышение эффективности деятельности организации.

Цели курса:

Помочь слушателям приобрести фундаментальные знания в маркетинге и финансах. Способствовать приобретению навыков, в связи с повышением требований к уровню профессиональных знаний и необходимостью освоения современных методов решения управленческих задач.

Формат обучения

В основу технологии обучения положены самостоятельные занятия студента по специально разработанным учебным книгам.

В обучение входит: вводный семинар, 2 учебника, 2 письменных работы (ПР), 9 очных занятий, двухдневный профессиональный семинар (школа), интернет-конференция в Телеграм-канале.

Содержание учебных разделов:

Часть 1. Что такое маркетинг?

1.1. Что такое маркетинг?

1.2. Маркетинг в различных контекстах

1.3. Покупатели, потребители и клиенты

1.4. Обмен, справедливость и удовлетворенность

Часть 2. Удовлетворенность потребителей.

2.1. Удовлетворенность потребителей

2.2. Удовлетворенность потребителей и качество

Часть 3. Сегментация рынка, выбор целевого сегмента и позиционирование.

3.1. Сегментация рынка

3.2. Методы сегментации рынка

3.3. Сегментация как инструмент управления

3.4. Нацеливание

3.5. Позиционирование

Часть 4. Понимание потребителей и влияние на их поведение.

4.1. Как понять потребителей и повлиять на их поведение

4.2. Факторы, влияющие на поведение потребителя

4.3. Процесс совершения покупок организациями

4.4. Изменение поведения людей

4.5. Кто ограничивает и стимулирует поведение потребителей?

Часть 5. Товары и услуги - создание ценности в процессе обмена.

5.1. Ценность, качество и маркетинговые отношения

5.2. Чем услуги отличаются от товаров

5.3. Как справиться с непостоянством и несохраняемостью услуги?

5.4. Достижение и поддержание качества в процессе предоставления

УСЛУГ

5.5. Удовлетворенность потребителей, сбой в предоставлении услуги и ее восстановление

5.6. Выстраивание хороших маркетинговых взаимоотношений

Часть 6. Маркетинговая смесь.

6.1. Согласование элементов маркетинговой смеси

6.2. Продукт

6.3. Ценообразование

6.4. Место

6.5. Продвижение

6.6. Устойчивость развития и маркетинговая смесь

Часть 7. Расширенная модель маркетинговой смеси для услуг.

7.1. Особенности услуг и маркетинговая смесь

7.2. Люди, процесс и физические свидетельства оказания услуги

Часть 8. Управление маркетинговой информацией.

8.1. Значение информации

8.2. Типы маркетинговых исследований

8.3. Выбор респондентов и сбор данных

8.4. Критика маркетинговых исследований

Часть 9. Маркетинговый план.

9.1. Использование маркетингового плана

9.2. Компоненты маркетингового плана

Часть 10. Потребность в финансовой информации.

10.1. Важность финансовой информации.

10.2. Финансовые заинтересованные стороны

10.3. Перспективы финансовой информации

Часть 11. Бюджеты для планирования и управления.

11.1. Функция бюджета.

11.2. Бюджеты и планирование

11.3. Бюджетные процедуры и структуры

Часть 12. Практическое применение бюджетов.

12.1. Различные подходы к бюджетированию

12.2. Бюджеты и люди

Часть 13. Измерение затрат в организациях.

13.1. Введение в концепции затрат

13.2. Маржинальная прибыль

13.3. Анализ безубыточности

Часть 14. Определение затрат на товары и услуги.

14.1. Отнесение косвенных затрат к объектам затрат

14.2. Учет затрат по видам деятельности

Часть 15. Принятие финансовых решений.

15.1. Определение сопутствующих затрат и принятие финансовых решений

15.2. Различные типы решений, принимаемых с использованием

сопутствующих затрат

15.3. Учет затрат при принятии решений о цене.

Часть 16. Финансовая отчетность - отчет о доходах и балансовый отчет.

- 16.1. Входы, преобразование и выходы
- 16.2. Финансовый учет
- 16.3. Отчеты о доходах
- 16.4. Балансовый отчет

Часть 17. Отчет о движении денежных средств, управление потоком денег и оборотным капиталом.

- 17.1. Поток денег
- 17.2. Отчеты о движении денежных средств
- 17.3. Управление циклом оборотного капитала

Часть 18. Анализ и интерпретация финансовых отчетов.

- 18.1. Процентные и относительные показатели

- 18.2. Финансовые показатели деятельности

Часть 19. Управление деятельностью.

- 19.1. Внутреннее измерение деятельности.
- 19.2. Учет по центрам ответственности
- 19.3. Система сбалансированных показателей
- 19.4. Четыре Е: экономичность, эффективность, результативность и справедливость

Итоговая аттестация – письменная работа с оценкой.