

ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки (дополнительное профессиональное образование)

«Маркетинг, управление продажами и реклама»

(очно-заочная форма обучения с использованием дистанционных технологий)

(наименование программы)

Цель: получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере маркетинга, рекламы и исследования конъюнктуры рынка.

Планируемые результаты обучения:

- овладение знаниями в области основ маркетинга, рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса, рекламной деятельности;
- формирование навыков работы с различными группами покупателей, потребителей и поставщиков;
- формирование навыков маркетинговой поддержки продаж

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Категория обучающихся: граждане, направленные органами службы занятости **Форма обучения:** очно-заочная

Минимальный уровень образования принимаемых на обучение: **Недельная нагрузка** 36 часов

среднее профессиональное образование
(с навыками работы на персональном компьютере)

Продолжительность обучения: 7,5 недель **Режим занятий:** 5 дней в неделю по 6-8 часов (3-4 дня – очное обучение, 1-2 дня – заочное обучение)

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Всего часов	В том числе:			Форма контроля
			очное обучение		заочное обучение	
			теорет. занятия	практ. занятия		
1.	Блок социально-экономических дисциплин	12	6	6	–	
1.1.	Технология трудоустройства	12	6	6	–	
2.	Блок общепрофессиональных дисциплин	72	14	34	24	
2.1.	Охрана труда при работе на персональном компьютере	6	2	4	–	
2.2.	Основы работы на персональном компьютере (ОС Windows, MS Word, MS Excel, Интернет)	24	–	18	6	
2.3.	Основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса	14	8	–	6	
2.4.	Основы психологии и социологии	14	2	6	6	
2.5.	Психология и этика делового общения	14	2	6	6	
3.	Блок специальных дисциплин	160	24	82	54	
3.1.	Основы маркетинга	42	6	18	18	
3.2.	Основы рекламного дела	50	8	24	18	

3.3.	Дистрибуция товаров. Маркетинговая поддержка продаж	44	8	18	18	зачет (очно)
3.4.	Система программ «1С:Предприятие 8». Оперативный учет в программе «1С:Управление торговлей 8»	24	2	22	–	зачет (очно)
4.	Консультация	6	6	–	–	
5.	Итоговая аттестация	6	2	4	–	экзамен*
	Всего:	256	52	126	78	

* Прием экзамена осуществляется комиссией в составе трех человек.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа «Маркетинг, управление продажами и реклама» предназначена для профессиональной переподготовки граждан, направленных на обучение органами службы занятости, в ГБОУ ДПО Центре «Профессионал».

На обучение принимаются лица, имеющие образование не ниже среднего профессионального с навыками работы на персональном компьютере.

Слушатели, принятые на обучение по очно-заочной форме обучения с использованием дистанционных технологий, должны иметь персональный компьютер с выходом в сеть «Интернет».

Цель обучения – получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере маркетинга, рекламы и исследования конъюнктуры рынка.

Программа разработана на основании квалификационных требований, установленных Квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденным Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37 по должности «специалист по маркетингу».

Учебный план профессиональной переподготовки, рассчитанный на 256 часов, включая время, отведенное на заочное обучение, консультации и итоговую аттестацию, имеет блочно-модульную структуру, включает 10 учебных дисциплин (модулей), состав и последовательность которых устанавливается, исходя из цели обучения и логики освоения учебного материала.

Организация учебного процесса предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические занятия, деловые и ролевые игры (в том числе деловая игра «Собеседование с работодателем» в курсе «Технология трудоустройства») и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

Заочно слушатели самостоятельно изучают материал (лекции, презентации, нормативные документы) и выполняют задания, размещенные в системе дистанционного обучения учебного центра, в удобном для себя месте, имеющем необходимые условия для занятий (персональный компьютер с выходом в сеть «Интернет»).

На очное обучение в учебном плане отводится 178 часов, что составляет 26 дней.

По каждой дисциплине разработаны различные виды контроля знаний и умений, а также разработаны комплексные задания для проведения итогового экзамена, что позволяет выявить степень подготовки слушателя к профессиональной деятельности.

Освоение программы «Маркетинг, управление продажами и реклама» завершается итоговой аттестацией в форме экзамена.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной переподготовке.

Выпускники могут в дальнейшем осуществлять профессиональную деятельность в сфере торговли и услуг, производства, экономики, образования на предприятиях среднего и малого бизнеса, а также в различных учреждениях.

**ПЕРЕЧЕНЬ НОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ,
ФОРМИРУЮЩИХСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ
(квалификационная характеристика)**

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Маркетинг, управление продажами и реклама», **должен знать:**

- основы маркетинга;
- основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса;
- основы ценообразования и ценовой политики;
- основы оперативного учета;
- основы социологии и психологии;
- современные средства сбора и обработки информации;
- средства вычислительной техники, коммуникации и связи;
- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность;
- основы организации рекламной деятельности;
- системы сертификации и лицензирования товаров;
- этику делового общения.

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Маркетинг, управление продажами и реклама», **должен уметь:**

- работать с различными группами покупателей и потребителей;
- критически оценивать эстетичность, функциональность, практичность, безопасность и другие качества товаров;
- реализовать ассортиментную политику торговой организации;
- взаимодействовать с поставщиками, потребителями и со всеми подразделениями организации;
- осуществлять ценовой мониторинг;
- реализовать стратегию продвижения товаров;
- участвовать в маркетинговой поддержке продаж.