



Российская Академия предпринимательства Центр дополнительного профессионального образования

105005, г. Москва, ул. Радио, дом 14, тел/факс /495/ 632-24-28
e-mail: profy@rusacad.ru training@rusacad.ru <http://www.rusacad.ru>

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПЕРЕПОДГОТОВКА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МАРКЕТИНГ»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Модуль 1. Основы менеджмента. Основные функции менеджмента. Школы и этапы развития менеджмента. Современные школы менеджмента. Развитие менеджмента в России. Подходы к менеджменту. Американский и японский менеджмент

Модуль 2. Основы экономической теории. Экономическая теория. Микро- и макроэкономика. Цены и ценообразование. Экономический анализ. Экономический анализ в управлении организацией.

Модуль 3. Финансы. Функциональная финансовая система. Институциональная финансовая система. Функции государственного бюджета. Структура и взаимосвязь доходов и расходов государственного бюджета. Состояние бюджета: профицит, дефицит. Управление дефицитом бюджета. Бюджетная система. Финансовое планирование. Государственное финансовое планирование. Краткосрочное финансовое планирование. Долгосрочное финансовое планирование. Финансовая политика в РФ.

Модуль 4. Деньги. Кредит. Банки. Функции денег. Денежное обращение и денежный оборот. Платежная и расчетная системы. Закон денежного обращения и последствия его нарушения. Закон денежного обращения. Инфляции. Меры борьбы с инфляцией. Национальная денежная система. Национальная валютная система. Мировая валютная система. Денежная система РФ. Кредит и кредит-аренда материальных активов (рентинг, хайринг, лизинг). Банковская система. Система небанковских кредитных учреждений. Кредитная система РФ. Виды банковских кредитов и кредитная политика. Методы оценки кредитоспособности заемщика, организация процесса кредитования.

Модуль 5. Основы бухгалтерский учета и аудита. Нормативное регулирование бухгалтерского учета в России. Организация бухгалтерского учета на предприятии. Учет собственного капитала. Учет заемных средств и целевого финансирования. Учет долгосрочных инвестиций и источников их финансирования. Учет нематериальных активов. Учет основных средств. Учет финансовых вложений. Учет материально производственных запасов. Учет затрат на оплату труда. Учет затрат на производство продукции (работ, услуг). Учет выпуска готовой продукции и ее реализации. Учет денежных средств и операций в иностранной валюте. Учет текущих обязательств и расчетов. Учет финансовых результатов и использования прибыли. Бухгалтерская отчетность. Учет отдельных операций и ценностей, не принадлежащих организации. Организация аудиторской проверки. Технология аудиторской проверки. Документальное оформление результатов аудиторской проверки. Практический аудит.

Модуль 6. Основы страхования. Основы страховой деятельности. Теория риска. Андеррайтинг. Формы организации страхового бизнеса. Транснациональные страховые и финансовые корпорации в условиях глобализации. Российское страхование на мировом финансовом рынке. Корпоративное управление.

Модуль 7. Основы предпринимательства. Сущность предпринимательства и его роль в экономике России. Предпринимательство как форма развития экономики страны. Правовое и информационное обеспечение предпринимательства. Экономическая эффективность предпринимательства и проблемы роста.

Модуль 8. Маркетинг. Предпосылки зарождения и развития маркетинга. Сущность, функции, цели маркетинга. Комплекс маркетинга и управление маркетингом. Конкурентные стратегии. Жизненный цикл товара в маркетинговой деятельности фирмы. Теория потребностей. Управление ценовой и сбытовой политикой фирмы на различных типах рынков. Условия для внедрения и выгоды от реализации маркетингового подхода.

Модуль 9. Маркетинговые исследования. Маркетинговые исследования. Источники информации. Методы и виды маркетинговых исследований. Организация и проведение маркетинговых исследований. Виды и методы маркетингового анализа. Сегментация рынка. Международные стандарты маркетинговых исследований.

Модуль 10. Маркетинговые коммуникации. Маркетинговые коммуникации в системе маркетинга. Реклама. Связи с общественностью. Мероприятия стимулирования сбыта. Прямой и интерактивный маркетинг. Позиционирование товара. Организация маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Стратегии интеграции маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.

Модуль 11. Бренд-маркетинг. Создание и укрепление бренда. Процесс создания бренда. Элементы формирования капитала торговой марки. Программы создания

бренда. Бренд-маркетинг для B2B и B2C рынков. Управление брендами. Методы оценки стоимости бренда и технологий брендинга.

Модуль 12. Инновационный маркетинг. Инновационный потенциал современной фирмы и его оценка. Основные формы инновационного маркетинга. Критерии отбора приоритетных направлений исследований и разработок. Подготовка инновационного проекта. Создание ценностей на рынке товаров и услуг. Конкурентные преимущества инновационного продукта. Инновационная деятельность и риски. Инновационные маркетинговые стратегии и направления. Финансирование инновационной деятельности. Экспертиза инновационных проектов.

Модуль 13. Стратегический маркетинг. Анализ внешней и внутренней среды фирмы. Выбор и обоснование стратегий фирмы, стратегий выбора рынка. Стратегическое планирование и стратегическое моделирование. Стратегические карты. Матричные методы структурного анализа компании. Стратегии сбалансированного развития фирмы.

Успешно закончившим обучение слушателям выдается **Государственный диплом о профессиональной переподготовке**, удостоверяющий право (квалификацию) специалиста вести профессиональную деятельность в сфере маркетинга.

Продолжительность обучения – 503 часа;

Контакты: Колосова Галина Львовна
Директор Центра Дополнительного Профессионального Образования
АНО "Российская Академия предпринимательства"
т./ф.: /495/ 632-24-28
ул. Радио д.14, м. Бауманская, Курская; каб. 204
profy@rusacad.ru