

Министерство просвещения Российской Федерации
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ООО «Инфоурок»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ООО «Инфоурок»

_____ В.А. Шишко

« ____ » _____ 202__ г.

**Дополнительная профессиональная программа
(повышение квалификации)**

**МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА
(72 ч.)**

Автор-разработчик: Еремия Т.В.

К.э.н., заместитель директора Института
«Первая Академия медиа» РЭУ им. Г.В.
Плеханова

Раздел 1. Характеристики программы

1.1. Область применения программы

Категория слушателей: руководители и специалисты в области маркетинга, маркетологи-аналитики, менеджеры среднего уровня, руководители малых и средних компаний.

Сфера применения: управление персоналом.

Область профессиональной деятельности: Административно-управленческая и офисная деятельность.

Характеристика подготовки по программе

Нормативный срок освоения программы: 72 часа.

Форма обучения: заочная форма с применением дистанционных технологий.

1.2. Цели и задачи дополнительной профессиональной образовательной программы

Целью изучения курса являются:

1. Изучение практического опыта применения технологий маркетингового анализа;
2. Определение направлений повышения эффективности принимаемых маркетинговых решений.

Задачи курса:

1. Изучение особенностей анализа макросреды современной организации;
2. Изучение подходов к оценке конкуренции;
3. Изучение особенностей исследования потребителей;
4. Изучение специфики оценки и анализа поставщиков.

Формализованные результаты обучения

В результате освоения программы слушатель должен повысить квалификационный уровень в рамках имеющейся квалификации и (или) усовершенствовать свои компетенции в соответствии с ФГОС 38.03.02 Менеджмент, а также в соответствии с профессиональным стандартом

Профессиональный стандарт "Маркетолог", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 № 366н

Требования к результатам освоения программы повышения квалификации

В результате обучения на курсе обучающиеся приобретут:

Знания:

- ✓ терминологического аппарата в области анализа маркетинговой среды;
- ✓ основных факторов, влияющих на маркетинговую среду;
- ✓ технологии анализа макросреды и микросреды современной организации;
- ✓ подходов к анализу конкурентов;
- ✓ технологий оценки и анализа поставщиков;
- ✓ технологии оценки поведения потребителей.

Умения:

- ✓ определять оптимальный подход к анализу маркетинговой среды;
- ✓ определять эффективные технологии оценки конкурентов, потребителей и поставщиков.

Навыки:

- ✓ применения методов и подходов к анализу маркетинговой среды.

1.3. Количество часов на усвоение программы повышения квалификации

В таблице указывается количество часов, отведенное на усвоение программы повышения квалификации в соответствии с учебно-тематическим планированием.

Общее кол-во часов	Теория	Практическая работа	Самостоятельная работа	Кол-во часов для контроля
72	14	22	24	12

Раздел 2. Содержание программы

1.1. Учебно-тематическое планирование программы повышения квалификации

Наименование модулей, тем	Всего часов	в том числе				Форма контроля
		теория	практическая работа	самостоятельная работа	кол-во часов для контроля	
Модуль 1. Маркетинговая среда: роль, элементы и подходы к анализу.	14	2	4	6	2	<i>Тест</i>
Модуль 2. Основные подходы к анализу конкурентов	18	4	6	6	2	<i>Тест</i>
Модуль 3. Современный анализ потребителей	18	4	6	6	2	<i>Тест</i>
Модуль 4. Анализ и оценка поставщиков	18	4	6	6	2	<i>Тест</i>
Итоговая аттестация	4	0	0	0	4	<i>Итоговый тест</i>
ИТОГО	72	14	22	24	12	

1.2. Основное содержание программы повышения квалификации

Модуль 1. Маркетинговая среда: роль, элементы и подходы к анализу.

Тема 1. Сущность и значение маркетинговых исследований в управлении брендом

Вопросы для рассмотрения: понятие «информация»; понятие «маркетинговая информация»; требуемые свойства информации; классификация маркетинговой информации; маркетинговая информационная система.

Тема 2. Классификация маркетинговых исследований.

Вопросы для рассмотрения: классификация маркетинговых исследований по отношению к управленческой проблеме; сведения, которые включает информация о потребителях, собираемая с помощью кабинетных и полевых исследований; данные о рынке, которые могут быть получены с помощью маркетинговых исследований; данные, необходимые для принятия решений в области ценовой политики; информация, получаемая с помощью исследований, для принятия

решения о формировании или оптимизации каналов распределения; классификация дизайнов маркетинговых исследований.

Тема 3. Субъекты рынка маркетинговых исследований

Вопросы для рассмотрения: виды субъектов рынка маркетинговых исследований; сравнительная характеристика преимуществ и недостатков проведения исследований самой компанией; сравнительная характеристика преимуществ и недостатков проведения исследований специализированной компанией; крупные исследовательские компании, работающие на российском рынке.

Модуль 2. Основные подходы к анализу конкурентов.

Тема 4. Сущность и виды конкуренции

Вопросы для рассмотрения: Определение понятия «конкурентоспособность». Уровни конкурентоспособности.

Тема 5. Основные инструменты анализа конкурентоспособности образовательной организации.

Вопросы для рассмотрения: Современный конкурентный анализ: значение, функции, механизм. Модель пяти конкурентных сил М. Портера. Ключевые факторы успеха организаций. Методика оценки конкурентоспособности организации по взвешенным и невзвешенным рейтингам. Конкурентные преимущества организаций. Принципы управления конкурентоспособностью организации.

Модуль 3. Современный анализ потребителей.

Тема 6. Исследования характеристик потребителей и их реакция

Вопросы для рассмотрения: направления исследования потребителей; модель потребительского поведения; совмещение модели потребительского поведения Ф. Котлера и модели потребительской реакции; показатели измерения разных видов реакции потребителей.

Тема 7. Исследование приверженности потребителей

Вопросы для рассмотрения: понятие «лояльность потребителя»; современное понимание развития лояльности; показатели поведенческой лояльности; показатели измерения потребительской лояльности; оценка удовлетворенности качеством оказания услуги.

Модуль 4. Анализ и оценка поставщиков

1.3. Требования к оснащению рабочего места слушателя

Компонент	Требования
Операционная система	Windows XP, 7, 8.
Доступ в Интернет	Необходим
Редактор слайдов	Программа Power Point
Компьютер и процессор	Слушатель может пользоваться удобной для него системой
Оперативная память	Желательно не менее 1 гБ для быстрого выполнения заданий
Жесткий диск	Наличие места на диске не менее 4 гБ
Принтер, сканер	Необходим

Раздел 3. Критерии оценивания программы повышения квалификации

Вид аттестации	Форма контроля	Вид оценочных материалов
Текущая	Зачет в форме теста	Тестовые задания на выявление уровня сформированных компетенций. Задание считается выполненным, если слушатели выполнили более 60% из предложенных заданий в каждом блоке. Критерии оценивания: Отметка «зачтено» - равно и более 60 % правильных ответов теста. Отметка «не зачтено» – меньше 60 % правильных ответов теста.
	Зачет в форме выполнения контрольного задания	Критерий 1. Точность выполнения поставленной задачи - 10 баллов. Критерий 2. Полнота выполнения задания - 10 баллов.

		Отметка «зачтено» – больше 10 баллов. Отметка «не зачтено» – меньше 10 баллов.
	Самостоятельная работа	Задания выполняются в свободной форме, самостоятельно, не проверяются и не оцениваются. Критерии оценивания: Не имеет.
Итоговая аттестация	Выполняется в форме теста	Тестовые задания на выявление уровня сформированных компетенций по всему курсу. Критерии оценивания: Отметка «зачтено» - от 50 % правильных ответов теста. Отметка «не зачтено» – меньше 50 % правильных ответов теста.

Раздел 4. Организационно – педагогические условия реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации

При реализации ДПП в ООО «Инфоурок» применяется вариант Модульного обучения с поэтапным освоением отдельных учебных модулей в порядке, установленном дополнительной профессиональной программой.

Реализация ДПП предусматривает использование дистанционных образовательных технологий (ДОТ), электронного обучения, применяемых преимущественно для изучения теоретических разделов учебных модулей, выполнения практических ситуаций, а также для текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации.

Организационное и методическое взаимодействие обучающихся с педагогическими работниками может осуществляться с применением ДОТ (с использованием телефона, посредством электронной почты, видеолекций и т.п.).

При реализации ДПП с использованием ДОТ местом осуществления образовательной деятельности является место нахождения Учебного центра независимо от места нахождения обучающихся.

Кадровое обеспечение реализации программы

Реализация дополнительной образовательной программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемых модулей, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Материально-техническое обеспечение реализации программы

ООО «Инфоурок» располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех электронных видов теоретических и

практических занятий, которые предусмотрены учебным планом программы, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально необходимый для реализации программы перечень материально-технического обеспечения включает наличие компьютера с выходом в сеть Интернет.

ООО «Инфоурок» обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Информационное и учебно-методическое обеспечение реализации программы

Программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным модулям.

Библиотечный фонд укомплектован электронными актуальными изданиями основной учебной литературы в каждой программе ДПО по Модулям.

Документ подписан электронной подписью
Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"
Электронный документ cbcf1b31-74e9-47de-b66b-4ab02591ff88

Отправлено ООО "ИНФОУРОК", Шишко Владимир Александрович, Директор
15.06.2022 16:43 (MSK), Сертификат № 062653F900F9AD7883497B3FF9206F0E7C