

✗ Утверждено
Директор ООО «ИНФОУРОК»
В.А. Шишко

Курс повышения квалификации «Маркетинговый анализ рынка»

Учебная программа курса

Автор курса	Еремия Татьяна Владимировна, кандидат экономических наук, заместитель директора Института «Первая Академия медиа» РЭУ им. Г. В. Плеханова
Цель	1. Изучение практического опыта применения технологий маркетингового анализа; 2. Определение направлений повышения эффективности принимаемых маркетинговых решений.
Задачи	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.
Категории обучающихся	Руководители и специалисты в области маркетинга, маркетологи-аналитики, менеджеры среднего уровня, руководители малых и средних компаний
Оценка качества	Промежуточная аттестация в форме тестов, итоговое тестирование
Форма обучения	Заочная. В процессе обучения применяются исключительно дистанционные образовательные технологии и электронное обучение
Прогнозируемые результаты	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.
Выдаваемый документ	По окончании курса обучающийся получит печатное удостоверение о повышении квалификации установленного образца. Удостоверение высылается Почтой России .