

Операционный маркетинг

Программа профессиональной переподготовки

Программа рассчитана на специалистов и руководителей маркетинговых служб.

Получаемые компетенции

- Организовать и провести кабинетные и полевые маркетинговые исследования;
- Применять методы экономического анализа;
- Оценить экономическую эффективность маркетинговых решений;
- Определять и оценивать целевые рынки;
- Генерировать идеи, принимать решения в области маркетинга относительно продуктов и услуг, цены, продвижения и продаж;
- Разрабатывать операционные планы маркетинга;
- Реализовать стратегический и операционный планы маркетинга организации.

Формат программы:

- Очно-заочная форма обучения, без отрыва от производства;
- Продолжительность обучения –1 год;
- Занятия проводятся 1раз в неделю
- Возможность участия в зарубежной стажировке

Слушатели программы могут принять участие в международной стажировке (Германия, Франция и Швейцария): познакомиться с лучшими практиками антикризисного управления и управления изменениями, освоить современные концепции стратегического управления в различных условиях и бизнес - культурах.

В программе принимают участие ведущие преподаватели Государственного Университета Управления (г.Москва) <https://guu.ru/>, Санкт-Петербургского международного института менеджмента (ИМИСП) <https://imisp.ru/> и Российского Университета Дружбы народов (г.Москва) <https://www.rudn.ru/>

По завершении программы группа слушателей защищает итоговый проект и получает диплом установленного образца Самарского Университета

[Учебный план программы](#)