Аннотация дисциплин программы повышения квалификации

**«Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах»**

**(20 часов)**

**Тема 1. Система продаж в предпринимательской деятельности, психологические аспекты, влияющие на эффективность финансовых взаимодействий между продавцом и покупателем.**

Изучается полное описание процесса продаж, как финансового взаимодействия между продавцом и покупателем, в сочетании и взаимосвязи экономической модели и психологических факторов. Влияние психологических личностных причин на эффективность финансовых взаимодействий между продавцом и покупателем. Влияние личностных особенностей и межличностной коммуникации на финансовые взаимодействия и выбор маркетинговых стратегий. Положительные и негативные аспекты маркетинговых стратегий.

**Тема 2. Формирование эффективных личностных качеств лиц, принимающих участие в маркетинговых стратегиях и продажах, а также лиц, принимающих стратегические и управленческие бизнес - решения.**

Изучаются процессы формирования психики и личности человека, начиная с самого раннего перинатального периода онтогенеза до окончательного взросления и формирования зрелых личностных навыков. Факторы, влияющие на личностные особенности и межличностные коммуникации и влияющие в дальнейшем на способность построения межличностных взаимодействий в продажах. Факторы, влияющие на личностные особенности, из которых состоит способность принимать управленческие решения и выбор маркетинговых стратегий. Положительные и негативные последствия, влияющие на продажи и бизнес-процессы.

**Тема 3. Психологические причины финансовых рисков в продажах и маркетинговых стратегиях. Способы снижения рисков.**

Изучается взаимосвязь и влияние личностных и межличностных взаимодействий в финансах и продажах на корпоративные финансовые риски в предпринимательской деятельности. На примерах из практического опыта работы с корпоративными финансами изучается построение эффективной маркетинговой стратегии, учитывая психологические факторы, которые способствуют развитию бизнеса и увеличению прибыли. Факторы развития эффективной корпоративной культуры предприятия.