Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Уральский филиал

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
на Ученом совете Уральского филиала

Протокол от 20.02.2024 № 10

УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала

_____ И.А. Кравченко

«20» 02 2024 г.

ПРОГРАММА

повышения квалификации

«Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах»

Челябинск – 2024

Общая характеристика программы повышения квалификации «Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах» (20 часов)

Цель программы:

Формирование профессиональных компетенций, необходимых для разработки маркетинговых стратегий и системы продаж, основанных на эффективных межличностных коммуникациях.

Профессиональные компетенции, приобретаемые слушателями в процессе освоения программы:

- способность понимать, от каких психологических факторов зависят предпринимательские компетенции, предпринимательская активность и получаемые финансовые результаты;
- способность формировать эффективную предпринимательскую идентичность;
- практические умения и навыки работы по развитию и укреплению предпринимательской активности и расширению бизнеса;
- способность и готовность к профессиональному росту и саморазвитию в области использования дистанционных образовательных технологий.

Планируемые результаты обучения:

В результате обучения слушатели должны:

- знать психологические причины, оказывающие прямое или косвенное влияние на формирование эффективных предпринимательских компетенций;
- уметь развивать и укреплять предпринимательскую активность и вести прогрессивную предпринимательскую деятельность;
- владеть навыками понимания и самоконтроля за системой эмоционального реагирования в предпринимательской деятельности и бизнес-процессах.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Уральский филиал

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
на Ученом совете Уральского филиала

Протокол от 20.02.2024 № 10

УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала

_____ И.А. Кравченко

«22» 02 2024 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы повышения квалификации
«Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах»

Требования к уровню образования слушателей	Высшее профессиональное, среднее профессиональное образование
Категория слушателей	Лица, имеющие или получающие профессиональное образование в сфере управления, финансов, экономики
Срок обучения	20 часов
Форма обучения	Очная с применением дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	6-8 часов в день

№№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форма контроля
			Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	
			Всего, часов	Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Система продаж в предпринимательской деятельности, психологические аспекты, влияющие на эффективность финансовых взаимодействий между продавцом и покупателем.	6	5	4	1	1	
2	Формирование эффективных личностных качеств лиц, принимающих участие в	6	5	4	1	1	

1	2	3	4	5	6	7	8
	маркетинговых стратегиях и продажах, а также лиц, принимающих стратегические и управленческие бизнес-решения.						
3	Психологические причины финансовых рисков в продажах и маркетинговых стратегиях. Способы снижения рисков.	6	5	4	1	1	
Всего		**18**	**15**	**12**	**3**	**3**	
Итоговая аттестация		**2**				**2**	**Тестирование**
Общая трудоемкость программы:		**20**	**15**	**12**	**3**	**5**	

Сведения о разработчиках программы:

– Скибинцева Наталья Викторовна, старший преподаватель кафедры «Экономика, финансы и управление» Уральского филиала Финуниверситета, руководитель комитета по образованию и науке Общероссийской Общественной Организации Малого и Среднего Предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» по Челябинскому региону, финансовый психоаналитик;

– специалисты Центра развития карьеры Уральского филиала Финансового университета (Гумницкая Е.В., Ганеева Л.Г.).

В реализации программы участвуют преподаватели Уральского филиала Финансового университета, ведущие специалисты в области бизнес-консультирования.

Директор
Центра развития карьеры Е.В. Гумницкая

"20" 02 2024г.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Уральский филиал

Календарный учебный график
программа повышения квалификации
«Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах»

Объем программы 20 часов. Продолжительность обучения 4 дня. Форма обучения – очная с применением дистанционных образовательных технологий.

Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп.

№ п\п	Наименование дисциплин (модулей)	1 день	2 день	3 день	КР	СР	ИА	Всего
1	Система продаж в предпринимательской деятельности, психологические аспекты, влияющие на эффективность финансовых взаимодействий между продавцом и покупателем.	6			5	1		6
2	Формирование эффективных личностных качеств лиц, принимающих участие в маркетинговых стратегиях и продажах, а также лиц, принимающих стратегические и управленческие бизнес-решения.		6		5	1		6
3	Психологические причины финансовых рисков в продажах и маркетинговых стратегиях. Способы снижения рисков.			6	5	1		6
	Итоговая аттестация						2	2
	Итого	6	6	6	15	3	2	20

Директор
Центра развития карьеры Е.В. Гумницкая

КР – контактная работа
СР – самостоятельная работа
ИА – итоговая аттестация

Содержание программы повышения квалификации «Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах»

Дополнительная образовательная программа повышения квалификации «Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах» рассчитана на 20 академических часов обучения. Программа включает перечень тем и виды занятий, предназначенные для приобретения слушателями знаний, умений и навыков, необходимых для решения поставленных целей.

В процессе преподавания программы используются лекционные и практические занятия, самостоятельная работа слушателей.

Лекционные и практические занятия проводятся по наиболее актуальным и проблемным вопросам соответствующей учебной темы. Курс аудиторных занятий направлен на систематизацию знаний слушателей. При этом может реализовываться методика «перевернутого класса».

В процессе обучения могут применяться интерактивные образовательные технологии – работа слушателей в команде для решения практических ситуаций, игровые методы, кейс-метод.

1. Название темы 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.

2. Название темы 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.

3. Название темы 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.

Организационно-педагогические условия реализации программы «Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах»

Образовательная программа повышения квалификации «Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах» включает в себя лекционный курс, самостоятельную работу и итоговую аттестацию. Обучение проводится с использованием дистанционных образовательных технологий.

Продолжительность учебного дня – не более 8 часов. Основными видами занятий являются вебинары, самостоятельное освоение проблемных вопросов, самостоятельная работа слушателей в СДО Moodle. При проведении лекционных занятий используются компьютерные и мультимедийные средства обучения, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Цель самостоятельной работы слушателей - закрепление знаний, полученных в ходе лекционных занятий. В ходе самостоятельной работы слушатели изучают представленный теоретический материал, осуществляют самостоятельное использование структурных единиц ЭИОС Финуниверситета.

Занятия могут проводиться в кабинетах, оборудованных аудиовизуальными средствами отображения информации, позволяющими реализовать современные технологии обучения.

Преподавательский состав, участвующий в обучении, имеет опыт преподавания по темам программы, опыт практической работы, научные и методические труды по тематике обучения.

В процессе обучения слушатели обеспечиваются необходимыми для эффективного прохождения обучения учебно-методическими материалами и информационными ресурсами в объеме изучаемого курса.

Слушателям предоставляются: список рекомендованной литературы и пособий, учебные тексты, иные методические материалы.

Описание системы оценки качества освоения программы «Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах»

Контроль результатов освоения слушателями программы повышения квалификации осуществляется в ходе итоговой аттестации в виде тестирования.

Примеры тестовых заданий:

1.Какое предложение пользуется покупательским спросом? Ответ: Предложение, удовлетворяющее потребности покупателя.

2.Какая потребность покупателя лежит в основе маркетинговых взаимодействий? Ответ: Эмоциональная.

3.Что необходимо учитывать продавцу при взаимодействие с покупателем? Ответ: Какая именно потребность покупателя будет удовлетворена через предлагаемый продукт.

4. Какой личностный навык лежит в основе межличностных коммуникаций? Ответ: Способность речевой коммуникации

5. Какие символические этические нормы лежат в основе благополучных коммуникаций между продавцом и покупателем? Ответ: Совпадение слов и действий, ответственность, надежность.

6. Какие два аспекта способствуют тому, чтобы покупатель решился на покупку? Ответ: Доверие к предложению и доверие к представителю продавца (продавцу).

7. Перечислить три аспекта, на которые влияет доверие в межличностных коммуникациях? Ответ: оплата за покупку, долгосрочное партнерство, рекомендации.

8. С какого возраста начинает формироваться психика и личность человека? Ответ: с внутриутробного.

9. В течение, какого периода формируются навыки личностных и межличностных коммуникаций? Ответ: с 0 до 21 года.

10.Какой основной навык межличностной коммуникации лежит в основе благополучных взаимодействий? Ответ: Навык учитывать потребности другого человека.

11.Какая основная личностная способность лежит в основе создания предложения, которое пользуется покупательским спросом? Ответ: Способность удовлетворять потребности другого человека.

12.Что лежит в основе долгосрочного благополучного взаимодействия? Ответ: Надежная форма привязанности

13.Первый социум человека, в котором формируются личностные и коммуникационные навыки? Ответ: Родительская семья.

14.Каким образом формируется личностная способность продавца удовлетворять покупательский спрос и потребности покупателя? Ответ: Через опыт заботы в процессе формирования его психики и личности.

15.Какой возрастной период формирования психики и личности человека оказывает самое сильное влияние в дальнейшем на его финансовые взаимодействия? Ответ: Перинатальный период.

16. В каком возрасте формируется способность управлять эмоциональным состоянием через речевое выражение? Ответ: с 3 до 7 лет.

17. Какие важные личностные навыки формируются в возрасте до 7 лет, влияющие на выбор маркетинговых стратегий? Ответ: Границы личности, умение учитывать потребности другого человека.

18.Какие важные личностные навыки формируются в возрасте до 7 лет, влияющие на способность принимать эффективные управленческие решения? Ответ: Ответственность, умение договариваться, учитывая многочисленные факторы и потребности других.

19.Из-за чего возникает сопротивление в продажах? Ответ: Из-за возникающих дискомфортных эмоций в прошлом или настоящем.

20. Что лежит в основе финансовых рисков, находящихся в зоне влияния предпринимателя? Ответ: Сопротивление, как форма бессознательной защиты.

21. Чем отличается дорогое предложение на рынке от более дешёвого? Ответ: Способностью удовлетворить дополнительные эмоциональные потребности покупателя.

22. Что влияет на выбор маркетинговых стратегий? Ответ: Бессознательный перенос прошлого опыта на текущие социальные взаимодействия.

23. Какое рекламное предложение продавца будет пользоваться большим спросом? Ответ: Предложение, описанное в речевой конструкции понятной и доступной для большинства, с точки зрения удовлетворения потребностей.

24. Чем отличаются покупатели дорогих предложений? Ответ: Покупательской возможностью оплаты.

25. Что лежит в основе любых маркетинговых стратегий и результатов от них? Ответ: Психологические причины индивидуальных особенностей, как продавцов, так и покупателей.

Итоговая оценка выставляется по двухбалльной системе: «зачтено», «не зачтено». Критерий оценки знаний: менее 75% правильных ответов - не зачтено, от 75% и выше правильных ответов - зачтено.

Список литературы

Основная литература:

1. Психология бизнеса. Теория и практика : учебник для магистров : для гуманитарных направлений и специальностей [Гриф УМО] / [Н. Л. Иванова и др.]; под ред. Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой - Москва : Юрайт, 2019. - 509 с.

2. *Кибанов, А. Я.,* Этика деловых отношений: ВО / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова; Государственный университет управления; Уникум-ГУУ - Москва: ООО «Научно-изда-тельский центр ИНФРА-М», 2020 – 383 с.

Дополнительная литература:

3. *Земляк С.В., Ноздрева И.Е., Сивакова С.Ю.,* Ключевые направления развития предпринимательской деятельности в современных условиях: журнал Фундаментальные исследования – 2022– №9 - С. 20 – 24.

4. *Ревин И.А., Цыбулевская Д.Л.,* Развитие предпринимательских компетенций у студентов технического ВУЗа// Современные проблемы науки и образования. – 2015 – №2-1.

5. *В.В.Деларю,* Защитные механизмы личности: Методические рекомендации – Волгоград. 2004. ВолгГАСА, - 48 с.

6. *Введенская, П.А.,* Деловая риторика.: учебное пособие / Введенская П.А. — Москва: КноРус,2019. — 416 с.

7. *Добряков И.В.*, Перинатальная психология – СПб. 2010. Питер – 272 с. 7. П. И. Сидоров, Г. Н. Чумакова, Е. Г. Щукина Перинатальная психология : учебное пособие — СПб.: 2015. СпецЛит — 143 с.

8. *В.В.Деларю,* Защитные механизмы личности: Методические рекомендации – Волгоград. 2004. ВолгГАСА, - 48 с.

Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.fa.ru/org/dpo/ipkippr/Pages/tem4/instr.aspx - инструкция по работе с сервисом «Кузница кадров»;
2. https://moodle.org/ - официальное сообщество СДО Moodle.

Лист информации о разработке и актуализации

программы повышения квалификации
«Маркетинговые стратегии в корпоративных финансах», 20 часов

№ п/п	Разработка/ актуализация программы	Дата и номер протокола рассмотрения ДПП на Ученом совете филиала	Дата и номер протокола рассмотрения ДПП на Экспертном совете по качеству ДО	Дата и номер протокола утверждения ДПП на Ученом совете институтов и школ ДПО	Подпись руководителя структурного подразделения, реализующего программу ДПО
1	2	3	4	5	6
1	Разработка	Протокол № 10 от 20.02 2024г.	–	–	
2	Актуализация	Протокол № __ от _____ 202_ г.			