

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ТГПУ)

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по УВР

А.Ю. Михайличенко

« ____ » _____ 2010 года

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы «Менеджер по продажам»

Цель: повышение квалификации

Срок обучения: 72 часа, 2 месяца

Режим занятий: 4 академ. часа в день (2 дня в неделю)

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Формы контроля
			Лекции	Практические занятия	
1	Модуль 1. Основы менеджмента	10	10		
2	Модуль 2. Маркетинговая логистика	12	12		
3	Модуль 3. Основы ценообразования	12	12		
4	Модуль 4. Коммерческая логистика	16	16		
5	Модуль 5. Деловое общение	10	10		
6	Модуль 6. Поведение потребителей	12	12		
	ИТОГО:	72	72		
	Итоговая аттестация				Реферат

Согласовано:

Декан ФЭУ

И.А. Ромахина

Зав. кафедрой
менеджмента

Н.Г. Филонов

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ТГПУ)

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по УВР

_____ А.Ю. Михайличенко

« ____ » _____ 2010 года

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы «Менеджер по продажам»

Цель: повышение квалификации

Срок обучения: 72 часа, 2 месяца

Форма обучения: очная

Режим занятий: 4 академ. часа в день (2 дня в неделю)

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Формы контроля
			Лекции	Практические занятия	
1	Модуль 1. Основы менеджмента	10	10		
1.1	Методологические основы менеджмента.	2	2		
1.2	Организация как система: общая модель и ее характеристики.	2	2		
1.3	Структура управления организацией.	2	2		
1.4	Современный менеджер и его деятельность.	2	2		
1.5	Коммуникационные процессы в менеджменте.	2	2		
2	Модуль 2. Маркетинговая логистика	12	12		
2.1	Основные понятия маркетинговой логистики. Классификация товарного потока в логистике.	4	4		
2.2	Маркетинг как основа проектирования, формирования и оптимизации логистических систем.	4	4		
2.3	Определение количества каналов распределения продукции и услуг.	2	2		
2.4	Выбор поставщика ресурсов.	2	2		
3	Модуль 3. Основы ценообразования	12	12		
3.1	Цена как экономическая категория. Ценообразование, основанное на затратах.	2	2		

3.2	Ценообразование в теории предельной полезности. Ценообразование во взаимодействии спроса и предложения.	4	4		
3.3	Факторы и условия фирменного ценообразования. Определение цен с ориентацией на конкуренцию.	2	2		
3.4	Цели и стратегии ценообразования. Тактика ценообразования. Дифференциация цен. Ценообразование в экономике России.	4	4		
4	Модуль 4. Коммерческая логистика	16	16		
4.1	Сущность коммерческой логистики. Основные понятия коммерческой логистики.	4	4		
4.2	Коммерческие аспекты распределительной логистики	4	4		
4.3	Концентрационная логистика.	4	4		
4.4	Логистика как фактор повышения конкурентоспособности коммерческого предприятия	4	4		
5	Модуль 5. Деловое общение	10	10		
5.1	Сущность и принципы этики делового общения. Этика делового общения и общественные экономические отношения.	4	4		
5.2	Имидж делового человека и его роль в общении. Деловой этикет в повседневной деятельности организации.	4	4		
5.3	Этико-психологические аспекты деловых переговоров. Механизм реализации этических норм в современных организациях.	2	2		
6	Модуль 6. Поведение потребителей	12	12		
6.1	Потребление и потребности человека, коллектива и общества в производстве, общении и сознании.	4	4		
6.2	Потребление и потребности потребителя. Склонность к потреблению покупателя в свете покупки и пользования товаром.	4	4		
6.3	Покупательский поток.	2	2		
6.4	Поведение потребителей и покупателей в обратной волне воздействия потребления на производство.	2	2		
	ИТОГО:	72	72		
	Итоговая аттестация				Реферат

Согласовано:

Декан ФЭУ

И.А. Ромахина

Зав. кафедрой
менеджмента

Н.Г. Филонов