

Руководитель отдела оптовых продаж

Срок обучения:

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации
или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

Учебный план

1. Общий маркетинг

- Основы маркетинга и современная маркетинговая концепция
- Поиск своего клиента. Управление взаимоотношениями с потребителем
- Жизненный цикл и позиционирование товара. Продуктовый портфель (Product)
- Ценообразование (Price)
- Место распространения товаров (Place)
- Продвижение товара (Promotion)
- Маркетинговый мониторинг и прогнозирование
- Маркетинг услуг
- [Практикумы в Moscow Business School](#)

2. Стратегический маркетинг

- Введение в стратегический маркетинг
- Функциональные маркетинговые стратегии
- Многообразие подходов к сегментированию
- Позиционирование. Быть лучше — значит быть другим
- Промышленный маркетинг
- Маркетинговые исследования
- Маркетинговый план
- Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности
- Концепция международного маркетинга

- Бренд и его роль в повышении конкурентоспособности компании
- Event-маркетинг
- Интернет-маркетинг и электронная коммерция
- [Практикумы в Moscow Business School](#)

3. Управление продажами

- Создание и управление отделом продаж
- Управление персоналом отдела продаж
- Ассортиментная политика. Формирование ценовой и конкурентной политики
- Прогнозирование и планирование продаж
- Секреты успешных продаж
- Оперативное управление продажами
- [Практикумы в Moscow Business School](#)

4. Повышение эффективности управления оптовыми продажами и дистрибуцией

- Управление закупками и оптимизация цепи поставок
- Управление запасами
- Информационные системы в логистике
- Управление сбытовыми каналами
- [Практикумы в Moscow Business School](#)

Итоговая аттестация проводится в форме защиты итоговой квалификационной работы.