

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

Краснодарский филиал  
Центр дополнительного образования

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете Краснодарского  
филиала Финансового университета  
Протокол № 29  
«24» июня 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского  
филиала  
Финансового университета  
Э.В. Соболев  
«24» июня 2025 г.



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
программы повышения квалификации  
**«Управление продажами и маркетингом как единой системой»**

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие высшее образование.
Категория слушателей	Программа предназначена для специалистов в области маркетинга и продаж, менеджеров среднего и высшего звена, а также предпринимателей, желающих улучшить свои навыки в управлении интегрированными процессами. Будет полезна тем, кто стремится повысить эффективность своей работы и внедрить современные подходы в управление продажами и маркетингом.
Срок обучения	36 акад. часов, 2 недели
Форма обучения	Очная-заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	4 часа в день

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
**программы повышения квалификации**  
**«Управление продажами и маркетингом как единой системой»**

№	Наименование раздела, темы	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форма контроля
			Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	
			Всего часов	из них			
				Лекции	Практи- ческие занятия		
1	Тема 1. Интеграция маркетинга и продаж: изучение методов и стратегий, способствующих синхронизации усилий маркетинга и продаж для максимизации результатов. Рассмотрение современных трендов в области продаж и маркетинга, таких как цифровизация, использование искусственного интеллекта и автоматизация процессов.	6	4	2	2	2	проектная работа
2	Тема 2. Анализ рынка и потребителей: освоение инструментов для анализа потребительского поведения, сегментации рынка и определения целевых аудиторий.	6	4	2	2	2	проектная работа
3	Тема 3. Разработка маркетинговых стратегий: обучение созданию эффективных маркетинговых стратегий, основанных на данных и аналитике, с учетом потребностей клиентов и рыночных тенденций.	6	4	2	2	2	проектная работа
4	Тема 4. Управление продажами: изучение методов управления процессами продаж, включая планирование, организацию и контроль, а также развитие навыков ведения переговоров и заключения сделок.	8	4	2	2	4	проектная работа
5	Тема 5. Оценка эффективности: освоение методов оценки эффективности маркетинговых и продажных кампаний, включая использование КРІ и других аналитических инструментов.	8	4	2	2	4	проектная работа
6	Итоговая аттестация	2				2	тестирование

							вание
	<b>ВСЕГО</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>Зачет</b>

**Разработчики программы:**

Кылчик В.Н., Директор «VN Consulting», эксперт по маркетингу и процессам цифровизации бизнеса.

Зинченко Н.В., канд.экон.наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ.

Директор  
Центра дополнительного образования



Ю.А. Рюмина