

Автономная некоммерческая  
образовательная организация  
дополнительного  
профессионального образования



305004 г. Курск,  
ул. Садовая, д.28,  
тел.8-906-046-76-26/74-96  
ИНН 4632244432  
КПП 463201001

---

«Учебный центр «Доктрина»

---

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

(повышения квалификации на базе среднего  
и высшего профессионального образования)

### **«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА: РЕПЕТИТОР АПТЕЧНЫХ ПРОДАЖ»**

Москва 2019 г

Автономная некоммерческая  
образовательная организация  
дополнительного  
профессионального образования



305004 г. Курск,  
ул. Садовая, д.28,  
тел.8-906-046-76-26/74-96  
ИНН 4632244432  
КПП 463201001

---

**«Учебный центр «Доктрина»**

---

«УТВЕРЖДЕНО»  
Директор АНОО ДПО  
«Учебный центр «Доктрина»  
Лазарева Е.Ю.  
« 03 » 09 2019 г

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

### **ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

(повышения квалификации на базе среднего  
и высшего профессионального образования)

### **«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА: РЕПЕТИТОР АПТЕЧНЫХ ПРОДАЖ»**

**Москва 2019 г**

## 2. Учебный план и календарный график

### 2.1. Учебный план

№	Наименование модулей и тем	Всего часов	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
			Заочно с применением ДОТ и ЭО		Самостоятельная работа	
			Теоретические занятия	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7
<b>ПЦ</b>	<b>Профессиональный цикл</b>					
	Основы маркетинга: функции, значение маркетинговых исследований в продажах	2	2			
	Виды продаж: активные и пассивные	2	2			
	Техника продаж: методика многократных вопросов	2	2			Ситуационные задачи
	Средства стимулирования покупателей в продажах	2	2			
	Классификация покупателей по поведенческим предпочтениям и правила взаимодействия с ними	2	2			
	Классификация клиентов по К.Юнгу	2	2			
	Правила взаимодействия с клиентами по К.Юнгу	4	2		2	Входное тестирование
<b>ИА</b>	<b>Итоговая аттестация</b>	2	2			Электронное тестирование
	Всего	18	16		2	

## 2.2. Календарный график

<b>№</b>	<b>Наименование циклов, тем и последовательность их распределения</b>	<b>Трудоемкость в часах</b>
<b>ПЦ</b>	<b>Профессиональный цикл</b>	<b>16</b>
	Основы маркетинга: функции, значение маркетинговых исследований в продажах	2
	Виды продаж: активные и пассивные	2
	Техника продаж: методика многократных вопросов	2
	Средства стимулирования покупателей в продажах	2
	Классификация покупателей по поведенческим предпочтениям и правила взаимодействия с ними	2
	Классификация клиентов по К.Юнгу	2
	Правила взаимодействия с клиентами по К.Юнгу	4
<b>ИА</b>	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>2</b>