

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

Институт цифровых компетенций

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
На Ученом совете институтов и
школ дополнительного
профессионального образования

Протокол от 23.06.2020 г.
№ 50

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию



Е.А. Диденко

2020 г.

ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки

«Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

Москва – 2020

Общая характеристика программы

Цель программы профессиональной переподготовки: формирование у слушателей профессиональных компетенций в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью для достижения стратегических и тактических целей организации на основе реализации требований профессионального стандарта «Маркетолог». Программа дает возможность получить права на ведение нового вида профессиональной деятельности в сфере организации и управления маркетинговой деятельностью.

Программа профессиональной переподготовки основана на требованиях профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н.

При разработке программы использованы следующие профессиональные и образовательные стандарты:

1. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н URL:<https://classinform.ru/profstandarty/08.035-marketolog.html>

2. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н. URL: https://profstandart.rosmintrud.ru /obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov /reestr-professionalnykh-standartov/index.php?ELEMENT_ID=77997.

3. Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. №535н. URL: <http://япрофессионал.рф>.

4. ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7 (ред. от 20.04.2016) (с изменениями и дополнениями) URL: https://www.rea.ru/ru/org/branches /sevastopol/Documents/38.03.02_Standart_Men.pdf.

5. ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. N 322 (с изменениями и дополнениями). URL: <http://fgosvo.ru/news/7/1140>.

6. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. N 512 (с изменениями и дополнениями). URL: <https://classinform.ru/>

fgos/42.03.01-reclama-i-sviazi-s-obshchestvennostiu.html.

7. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 528 (с изменениями и дополнениями). URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71608736>.

Характеристика дополнительной квалификации, трудовых функций и (или) уровней квалификации:

Профессиональный стандарт «Маркетолог».

Вид профессиональной деятельности: Организация и управление маркетинговой деятельностью.

Обобщенные трудовые функции, трудовые функции, на реализацию которых направлена программа, входящие в профессиональный стандарт «Маркетолог»:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/0 1.6	6
			Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/0 2.6	6
В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	В/0 1.7	7
			Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	В/0 2.7	7
			Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и	В/0 3.7	7

			сбытовой политики в организации		
			Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	В/0 4.7	7
С	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации	С/0 1.8	8
			Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	С/0 2.8	8

Характеристика дополнительной квалификации, трудовых функций и (или) уровней квалификации:

Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу».

Вид профессиональной деятельности: Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Обобщенные трудовые функции, трудовые функции, на реализацию которых направлена программа, входящие в профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу»:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	4	Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта	А/0 1.4	4
			Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем	А/0 2.4	4
			Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети	А/0 3.4	4

			«Интернет»		
В	Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	4	Составление контекстно-медийного плана продвижения	B/0 1.4	4
			Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	B/0 2.4	4
			Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт	B/0 3.4	4
С	Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	4	Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта	C/0 1.4	4
			Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	C/0 2.4	4
			Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	C/0 3.4	4
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	5	Проведение аудита веб-сайта	D/0 1.5	5
			Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	D/0 2.5	5
			Разработка стратегии поискового продвижения	D/0 3.5	5
			Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта	D/0 4.5	5
			Оптимизация внутренних	D/0	5

			характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализ поведения посетителей веб-сайта	5.5	
			Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	D/0 6.5	5
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	5	Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов	E/0 1.5	5
			Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании	E/0 2.5	5
			Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	E/0 3.5	5
			Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	E/0 4.5	5
F	Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	5	Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	F/01 .5	5
			Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация	F/02 .5	5

			Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	F/03 .5	5
			Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	F/04 .5	5
G	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	5	Проведение аналитических работ по изучению конкурентов	G/0 1.5	5
			Разработка стратегии продвижения в социальных медиа	G/0 2.5	5
			Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа	G/0 3.5	5
			Привлечение пользователей в интернет-сообщество	G/0 4.5	5
			Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	G/0 5.5	5
			Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	G/0 6.5	5
H	Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	6	Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	H/0 1.6	6
			Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети	H/0 2.6	6

			«Интернет»		
			Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Н/0 3.6	6
I	Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	6	Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	I/01. 6	6
			Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	I/02. 6	6
			Анализ трафика на веб-сайт	I/03. 6	6
J	Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	6	Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	J/01 .6	6
			Организация и проведение электронных рассылок	J/02 .6	6
			Корректировка стратегии продвижения	J/03 .6	6
			Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	J/04 .6	6
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний	7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	K/0 1.7	7

			Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/0 2.7	7
			Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/0 3.7	7
			Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/0 4.7	7
			Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/0 5.7	7
			Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/0 6.7	7
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга	7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу	L/0 1.7	7
			Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу	L/0 2.7	7
			Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы	L/0 3.7	7

Характеристика дополнительной квалификации, трудовых функций и (или) уровней квалификации:

Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Вид профессиональной деятельности: Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания.

Обобщенные трудовые функции, трудовые функции, на реализацию которых направлена программа, входящие в профессиональный стандарт «Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания»:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
1	2	3	4	5	6
А	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	А/01.5	5
			Организация поставки продукции СМИ	А/02.5	5
			Организация и проведение подписной кампании	А/03.5	5
В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
			Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
			Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
			Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6

Слушатель, успешно прошедший обучение по программе профессиональной переподготовки «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», должен обладать следующими компетенциями, необходимыми для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере организации и управления маркетинговой деятельностью:

- способность верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

- способность анализировать информацию о современной маркетинговой деятельности организации;

- готовность применять принципы управления маркетингом в организации.

- умение проводить маркетинговые исследования в организации.

- умение применять принципы стратегического планирования и контроля в системе маркетинга.

- умение анализировать информацию о современной рекламной деятельности организации;

- готовность реализовывать рекламные технологии в организации.

- умение анализировать информацию о современной PR-деятельности организации;

- умение использовать PR-технологий в организации.

В результате изучения программы профессиональной переподготовки слушатели должны:

Знать:

- понятие, принципы, функции и современные виды маркетинга;

- понятие, виды и этапы проведения маркетингового исследования;

- особенности стратегического планирования и контроля в системе маркетинга;

- работу службы маркетинга организации;

- основные элементы комплекса маркетинга организации: товар, цена, система распределения и система продвижения;

- понятие маркетинговых исследований;

- современные типы и виды маркетинговых исследований;

- этапы проведения маркетингового исследования;

- понятие сегментирования рынка;

- понятие позиционирования и репозиционирования.

- понятие стратегического планирования;

- понятие и виды контроля в системе маркетинга;

- особенности маркетинговых стратегий организаций различных отраслей и сфер деятельности;

- организационные структуры управления маркетингом;

- работу службы маркетинга организации;

- понятие и особенности рекламы для разных рынков;

- современные рекламные технологии;

- виды рекламы;
- средства распространения рекламы;
- понятие рекламных кампаний.
- понятие и особенности PR-деятельности для разных рынков;
- современные PR-технологии;
- виды PR-деятельности;
- мероприятия PR;
- понятие PR кампаний.

Уметь:

– правильно давать определения понятиям и правильно структурировать представленный материал о маркетинговой деятельности организации;

- анализировать современную маркетинговую информацию;
- проводить маркетинговое исследование;
- формировать маркетинговую стратегию;
- разрабатывать элементы комплекса маркетинга организации;

– правильно давать определения понятиям и правильно структурировать представленный материал о маркетинговых исследованиях;

- анализировать современную маркетинговую информацию;
- проводить маркетинговое исследование;
- проводить сегментирование рынка;
- проводить позиционирование;
- проводить репозиционирование.

– правильно давать определения понятиям и правильно структурировать маркетинговый план организации;

- анализировать современную маркетинговую информацию;
- формировать маркетинговую стратегию;
- проводить ревизию и контроль маркетинга;
- организовывать работу службы маркетинга организации.
- правильно организовывать рекламу на разных рынках;
- анализировать современную рекламную информацию;
- проводить рекламные кампании;
- формировать рекламную стратегию;
- разрабатывать элементы комплекса рекламных коммуникаций;
- правильно организовывать PR-акции на разных рынках;
- анализировать современную PR информацию;
- проводить PR-кампании;
- формировать PR-стратегию организации;
- разрабатывать элементы комплекса рекламных коммуникаций;

Владеть:

- современными технологиями управления маркетингом организации;
- навыками проведения маркетинговых исследований, их основных этапов и процедур;
- навыками организации работы службы маркетинга;

- проведения маркетингового аудита в организации;
- эффективного управления маркетингом в организации.
- современными технологиями маркетинговых исследований;
- навыками проведения маркетинговых исследований, их основных этапов и процедур;
- навыками организации процессов сегментирования рынка;
- навыками организации процессов позиционирования;
- навыками организации процессов репозиционирования.
- современными технологиями стратегического планирования в организации;
- навыками формирования маркетинговой стратегии;
- эффективного стратегического управления маркетингом в организации;
- навыками подготовки эффективных маркетинговых планов, их основных этапов и процедур;
- проведения маркетингового контроля и ревизии (аудита) в организации;
- навыками организации работы службы маркетинга;
- современными рекламными технологиями в организации;
- навыками проведения рекламных кампаний, их основных этапов и процедур;
- навыками организации работы рекламной службы;
- навыками эффективного планирования и проведения рекламных кампаний;
- навыками управления рекламными технологиями в организации.
- современными PR-технологиями в организации;
- навыками проведения PR-кампаний, их основных этапов и процедур;
- навыками организации работы PR-службы;
- навыками эффективного планирования и проведения PR-кампаний;
- навыками управления PR-технологиями в организации.

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

Институт цифровых компетенций

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
На Ученом совете институтов и
школ дополнительного
профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию

Протокол от 23.06.2020 г.
№ 50



Е.А. Диденко
2020 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«**Маркетинг, реклама и связи с общественностью**»

Требования к уровню образования слушателей	лица, имеющие среднее профессиональное образование, высшее образование – бакалавриат, высшее образование – специалитет, магистратура
Категории слушателей	федеральные государственные гражданские служащие, административно-управленческий и учебно-вспомогательный персонал организаций, сотрудники коммерческих организаций, незанятое население, граждане старше 50 лет, женщины с детьми до 7 лет
Срок обучения	256 часов, 7 зачетных единиц, 7 недель
Форма обучения	заочная, с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	не более 8 часов в день

№ № п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоёмко сть		В том числе				Форма контроля
		В зачетных единицах	В часах	Всего *	Аудиторные занятия		Самостоятель ная работа*	
					из них			
					Лекции*	Практи- ческие занятия*		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Дисциплина 1. Управление маркетингом	2	72	24	8	16	48	Дифференциро ванный зачет методом тестирования
2.	Дисциплина 2. Маркетинговые исследования	1	36	16	8	8	20	Зачет методом тестирования
3.	Дисциплина 3. Стратегический маркетинг	1	36	16	8	8	20	Зачет методом тестирования
4.	Дисциплина 4. Рекламные технологии	1	36	16	8	8	20	Дифференциро ванный зачет методом тестирования
5.	Дисциплина 5. Связи с общественностью (PR)	2	72	24	16	8	48	Дифференциро ванный зачет методом тестирования
6.	ВСЕГО	7	252	96	48	48	156	
7.	Итоговая аттестация		4	4		4		Экзамен методом тестирования
8.	Общая трудоёмкость	7	256	100	48	52	156	

Программа разработана Карповой Светланой Васильевной, профессором, д.э.н., профессором кафедры «Логистика и маркетинг» Финуниверситета, Резниченко Сергеем Анатольевичем к.т.н, доцентом, директором Института цифровых компетенций.

Занятия по программе профессиональной подготовки «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» проводят ведущие профессора и доценты Финансового университета, а также приглашенные ведущие специалисты из профильной сферы.

Директор

Института цифровых компетенций

 С.А. Резниченко

« 25 » февраля 2020 г.

*С применением дистанционных образовательных технологий



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

Институт цифровых компетенций

Календарный учебный график

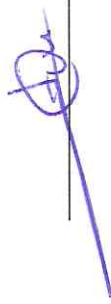
Программы профессиональной переподготовки «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

Объем программы – 256 часов Продолжительность обучения 7 недель

Форма обучения – заочная, с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий
 Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп.

№ п/п/	Наименование дисциплины (модулей)	1 нед	2 нед	3 нед	4 нед	5 нед	6 нед	7 нед	ПА	КР	СР	ИТОГО
1.	Дисциплина 1. Управление маркетингом	36	36						2	24	48	72
2.	Дисциплина 2. Маркетинговые исследования		36						2	16	20	36
3.	Дисциплина 3. Стратегический маркетинг			36					2	16	20	36
5.	Дисциплина 4. Рекламные технологии				36				2	16	20	36
6.	Дисциплина 5. Связи с общественностью (PR)						36	36	2	24	48	72
7.	Итоговая аттестация							4		4		4
	ВСЕГО	36	36	36	36	36	36	40	10	100	156	256

Директор Института цифровых компетенций

 С.А. Резниченко

« 10 » июня 2020 г.

Условные обозначения	
ПА	Промежуточная аттестация
П	Практика
С	Стажировка
ИА	Итоговая аттестация
КР	Контактная работа
СР	Самостоятельная работа