

ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки

«Маркетинг, реклама и связи с общественностью» (504 ч.)

Цель программы: формирование и совершенствование компетенций, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью, совершенствование навыков по различным аспектам профессиональной деятельности, освоение ими новых способов решения профессиональных задач для достижения стратегических и тактических целей организации.

Планируемые результаты освоения программы:

а) знать:

1. нормативно-правовое регулирование и особенности применения маркетинговых, рекламных и PR-технологий в управленческой деятельности организации;
2. планирование и управление маркетинговыми, рекламными и PR-инструментами организации;
3. внедрение инновационных товаров (услуг), создание и управление брендами;
4. процессы разработки, внедрения и совершенствования товарной политики в организации;
5. процессы разработки, внедрения и совершенствования политику ценообразования в организации;
6. процессы разработки, внедрения и совершенствования распределительной политики в организации;
7. процессы разработки, внедрения и совершенствования коммуникационной политики в организации;
8. деятельность по эффективному управлению маркетингом, рекламой и связями с общественностью организации, ее корпоративной социальной политикой

б) уметь:

- 1 пользоваться нормативно-правовыми документами, относящимися к регулированию маркетинговой, рекламной и PR-деятельности организации;

2. использовать маркетинговые, рекламные и PR-инструменты организации;
3. управлять брендами;
4. выбирать оптимальные организационно-методические решения для эффективной разработки, внедрения и совершенствования товарной политики в организации;
5. выбирать оптимальные организационно-методические решения для эффективной разработки, внедрения и совершенствования политики ценообразования в организации;
6. выбирать оптимальные организационно-методические решения для эффективной разработки, внедрения и совершенствования распределительной политики в организации;
7. выбирать оптимальные организационно-методические решения для эффективной разработки, внедрения и совершенствования коммуникационной политики в организации;
8. эффективно управлять маркетингом, рекламой и связями с общественностью

в) владеть

1. навыками проведения маркетингового исследования;
2. технологиями и методами управления маркетингом, рекламой и связями с общественностью;
3. современными методами планирования, организации и контроля маркетинговой деятельностью организации;
4. навыками управления брендами;
5. современными методами и приемами рекламных технологий;
6. современными PR-технологиями;
7. методами анализа, оценки рисков и снижения рисков;
8. методами оценки эффективности маркетинговой и рекламной деятельности.