

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

Научно-консультационный центр
«Интернациональная Бизнес-школа»

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

На Ученом совете институтов и
школ дополнительного профессио-
нального образования

Протокол от 23.12. 2020 г.
№ 57

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по цифровизации

_____ А.А. Аносов

23.12. 2020 г.



ПРОГРАММА

повышения квалификации

Создание Agile IQ команд. Наджинг и цифровые коммуникации

Москва – 2020

Общая характеристика программы

Цель программы: Совершенствование профессиональных компетенций руководителей и сотрудников торговых и производственных организаций в сфере цифрового маркетинга и гибкого управления проектами. Формирование у слушателей целостного представления, расширения теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области цифрового лидерства по управлению проектами с учетом зарубежного и российского опыта.

При разработке программы использованы:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300-1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г., №2-ФЗ) (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ, 15.01.1996, № 3, ст. 140. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 18.04.2018 № 81-ФЗ, вступают в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 18.04.2018).
2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ", 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 23.04.2018 № 102-ФЗ, вступили в силу со дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 23.04.2018).
3. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с изм. и доп.)// Собрание законодательства РФ", 20.03.2006, № 12, ст. 1232. (Изменения, внесенные Федеральным законом от 31.12.2017 № 489-ФЗ, вступают в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 31.12.2017).

Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке программы повышения квалификации.

Разработка программы осуществлялась на основе профессионального стандарта:

- 08.035 «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>

Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения

Программа повышения квалификации основана на требованиях профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н (код 08.035).

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/01.6	6
			Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/02.6	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/01.7	7
			Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	В/02.7	7
			Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	В/03.7	7
			Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	В/04.7	7
С	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации	С/01.8	8
			Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	С/02.8	8

Трудовые функции выпускника по профессиональному стандарту «Специалист по интернет-маркетингу», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н. (код 06.043).

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
А	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта	A/01.4	4
			Проведение работ по внутренней оптимизации вебсайта согласно требованиям поисковых систем	A/02.4	4
			Проведение работ по повышению популярности вебсайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	A/03.4	4
В	Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	Составление контекстно-медийного плана продвижения	B/01.4	4
			Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	B/02.4	4
			Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт	B/03.4	4
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	D/02.5	5

			Разработка стратегии поискового продвижения	D/03.5	5
			Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	D/06.5	5
Е	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	5	Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов	E/01.5	5
			Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании	E/02.5	5
			Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	E/04.5	5
Г	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	5	Проведение аналитических работ по изучению конкурентов	G/01.5	5
			Разработка стратегии продвижения в социальных медиа	G/02.5	5
			Привлечение пользователей в интернет-сообщество	G/04.5	5
			Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	G/05.5	5
			Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	H/03.6	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
	Стратегическое планирование интернет-кампаний		Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	K/03.7	7
			Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	K/04.7	7
			Контроль реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	K/05.7	7
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга	7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов	L/02.7	7

			по интернет-маркетингу		
			Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы	L/03.7	7

Профессиональные компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения программы:

1. Общепрофессиональная (ОПК-1): способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития маркетинговых проектов в условиях постоянно изменяющейся внешней среды;

2. Профессиональная (ПК-1): готовность применять различные методы и инструменты, используемые при планировании, организации и контроле маркетинговых мероприятий при реализации маркетинговых проектов в условиях развития цифровой экономики;

3. Профессиональная (ПК-2): способность определять инновационные подходы к управлению проектами маркетинга товаров и услуг с применением информационных технологий;

Планируемые результаты обучения по программе

3.1. Планируемые результаты обучения

Планируемые результаты обучения по программе повышения квалификации.

В результате обучения слушатель будет:

Знать:

- принципы построения и применения Аджайл;
- технологии SCRUM и KANBAN, где и как их применять;
- особенности стратегического и тактического проектирования по методу «Аджайл» (Agile) и «Скрам» (Scrum) - связь с корпоративной культурой в целом и способностью компании перейти от управления по целям к управлению по ценностям;
- методологии управления проектами, понимание ее организационных особенностей;
- основы эмпатии, саморегуляции и других подходов эмоционального интеллекта;
- поведенческие факторы при проведении мероприятий в сфере продвижения и продажи товаров и услуг и построении коммуникаций;
- принципы аналитического мышления и обработки информации;
- специальную терминологию, связанную с информационными потоками и влиянием цифровых технологий на процессы мышления;

- механизм и проявления влияния цифровых технологий на мышление и развития компетенций;

Уметь:

- определять процессы, к которым применима методология Аджайл;
- проводить базовые мероприятия в SCRUM KANBAN;
- пользоваться Аджайл инструментами;
- самостоятельно искать необходимую информацию в области Аджайл подходов;
- использовать социальный навык эмоционального интеллекта EQ - взаимодействовать с окружающими, налаживать и поддерживать деловые взаимоотношения, работать в команде, вести убедительную деловую коммуникацию;
- обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию;
- определять состав, направление и цель воздействия информационных потоков;
- определять и классифицировать текущие задачи и ресурсы для их выполнения,
- находить возможности оптимизировать использования ресурсов для повышения эффективности деятельности;
- оценивать текущие компетенции и потенциальные возможности персонала, контрагентов и клиентов;

Владеть:

- навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, а также навыками работы с базами данных и использования ресурсов интернет в интересах личности, общества и бизнеса;
- новыми практиками и концепциями управления продуктовым портфелем;
- различными способами разрешения конфликтных ситуаций и инструментами урегулирования конфликтных ситуаций;
- практическими подходами к оценке возможности коммерциализации и внедрения новых идей и продуктов;
- методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения;
- умением моделировать бизнес-процессы и знакомством с методами реорганизации бизнес-процессов навыками анализа существующих бизнес-процессов;
- способностью интегрировать новые бизнес планы с существующую деятельность организации и применение основ Agile и Scrum метода и способов реализации проектов;
- навыками критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности;
- основными средствами определения свойств и обработки информации в цифровом маркетинге и информационной среде;
- методами планирования и организации работы в многозадачной среде;

- способами минимизации негативного влияния цифровых технологий на процессы мышления и деятельность.

Таким образом, по итогам освоения программы у слушателей будет сформировано целостное представление, расширены теоретико-методологические знания и закреплены профессиональные навыки в области цифрового маркетинга и управления проектами с учетом зарубежного и российского опыта. Программа предлагает современные методики внедрения активных форм обучения в учебный процесс обучающихся, оценки эффективности и результативности образовательного процесса;

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

Научно-консультационный центр
«Интернациональная Бизнес-школа»

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

На Ученом совете институтов и
школ дополнительного профессио-
нального образования

Протокол от 23.12. 2020 г.
№ 57

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по цифровизации

А.А. Аносов

2020 г.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы повышения квалификации

Создание Agile IQ команд. Наджинг и цифровые коммуникации

Требования к уровню образования слушателей	<ul style="list-style-type: none">- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование- владение навыками пользования персональным компьютером или мобильным устройством для выхода в сеть Интернет, информационно-коммуникационными технологиями для взаимодействия в Сети, в том числе офисными приложениями Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), аналогичными интернет-ресурсами и сервисами для онлайн-работы.
--	--

Категории слушателей	<p>Руководители и сотрудники торговых и производственных организаций, лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, а также заинтересованные лица с высшим образованием, желающие получить знания в сфере цифрового маркетинга и гибкого управления проектами.</p> <p>Категория слушателей: К освоению дополнительных профессиональных программ повышения квалификации допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное или высшее образование.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Руководители компаний и собственники бизнеса. Цель – найти новые возможности роста и развития бизнеса. - Руководители среднего звена коммерческих и государственных организаций. Цель – повысить личную капитализацию и улучшить свою позицию на рынке труда. - Специалисты, участвующие в реализации национальных проектов. Менеджеры, стремящиеся стать руководителями проектов. Цель – повышение квалификации и карьерный рост. - Специалисты, желающие освоить новую актуальную профессию.
Срок обучения	36 часов (1 з.е.), 2 недели
Форма обучения	Очно-заочная, с применением ЭО и ДОТ
Режим занятий	не более 8 часов в день

№ № п/п	Наименование модуля	Трудоем- кость		В том числе				Форма кон- троля
		В ЗЕТ	В часах	Всего	Контактная работа		Работа на учебном портале	
					из них			
					Лекции	Практические заня- тия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Модуль 1. Виды моделей Agile и исполнение проектов.	0,25	8	8	8	-	-	тестирование
2	Модуль 2. Связь проектов со стратегией компании. EQ и IQ лидера в проектах.	0,42	14	14	3	11	7	тестирование
3	Модуль 3. Наджинг и цифровые коммуникации	0,33	12	6	2	4	6	тестирование
	Всего	1	36	36	12	36	24	
	Итоговая аттестация	-	2	2	-	2	-	Зачет
	Общая трудоемкость программы	2	36	36	12	38	24	

Программа разработана доцентом Департамента банковского дела и финансовых рынков Финансового университета, к.э.н. Трофимовым Дмитрием Викторовичем, генеральным директором ООО «AllianceGT», Председателем Ревизионной комиссии АО «Аэропорт Элиста», членом ассоциации профессиональных директоров АНД, членом комитетов РСПП: международное сотрудничество, комитет по логистике и цифровой экономике, по интеллектуальной собственности и креативным индустриям, экспертом международных клубов «Experium» и «Интеграция» Ефимовой Анастасией Олеговной.

Занятия по программе повышения квалификации «Создание Agile IQ команд. Наджинг и цифровые коммуникации» проводят ведущие профессора и доценты Фи-

нансового университета, а также приглашенные ведущие специалисты в сфере цифрового лидерства по управлению проектами.

Директор НКЦ
«Интернациональная
Бизнес-школа»

«23 » декабря 2020 г.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several large, overlapping loops and a series of smaller, rhythmic strokes at the bottom, characteristic of a cursive or stylized signature.

А.А. Мостовщиков

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
 программы повышения квалификации
Создание Agile IQ команд. Наджинг и цифровые коммуникации

№ п/п	Наименование модуля	Трудоем- кость		В том числе			Форма контро- ля
				Контактная ра- бота		Работа на учебном портале	
		В часах	Всего	из них			
				Лекции	Практиче- ские занятия		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
1	Модуль 1. Виды моделей Agile и исполнение проектов.	14	8	8	-	6	-
2	Тема 1.1 Agile и SCRUM – Введение в гибкие методы управления проектами.	2	2	2	-	-	-
3	Тема 1.2. Владелец Продукта (Product owner).	2	1	1	-	1	-
4	Тема 1.3. Кейс метод: Экспресс вывод стартапа на европейские рынки	2	1	1	-	1	-
5	Тема 1.4. Эволюция управления: Agile и бирюзовые организации	2	1	1	-	1	-
6	Тема 1.5. Искусственный интеллект в проектном менеджменте.	2	1	1	-	1	-
7	Тема 1.6. Кейс: крупное нефтегазовое предприятие.	2	1	1	-	1	-

8	Тема 1.7. Личный бренд руководителя проектов	2	1	1	-	1	-
9	Модуль 2. Связь проектов со стратегией компании. EQ и IQ лидера в проектах.	10	7	4	3	3	тестирование
10	Тема 2.1. Теория запутанности Кеневин	1	1	-	1	-	-
11	Тема 2.2. Итеративно-инкрементальный подход	1	1	-	1	-	-
12	Тема 2.3. Практические Agile инструменты: SCRUM и KANBAN.	1	1	-	1	-	-
13	Тема 2.4. Как строить команды, ориентированные на продукт и на доставку ценности клиенту. Мотивация 3.0.	2	2	1	-	1	-
14	Тема 2.5. EQ и IQ лидер в проектах	2	2	1	-	1	-
15	Тема 2.6. Связь проектов со стратегией компании. PMI PMBoK.	1	1	1	-	-	-
16	Тема 2.7. Time managment.	1	1	1	-	-	-
17	Тема 2.8. Разбор Кейсов. Симуляционные деловые игры по управлению проектами.	1	1	-	-	1	разбор кейсов
	Модуль 3. Наджинг и цифровые коммуникации	10	6	2	4	4	тестирование
18	Тема 3.1. Поведенческая экономика и нейромаркетинг	5	3	1	2	2	разбор кейсов
19	Тема 3.2. Информационная среда и управление поведением	5	3	1	2	2	разбор кейсов
20	Всего	34	21	14	7	13	
	Итоговая аттестация	2	2	-	2	-	Зачет

	Общая трудоемкость	36	23	14	9	13	
--	--------------------	----	----	----	---	----	--

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

Научно-консультационный центр «Интернациональная Бизнес-школа»

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

программы повышения квалификации

Создание Agile IQ команд. Наджинг и цифровые коммуникации

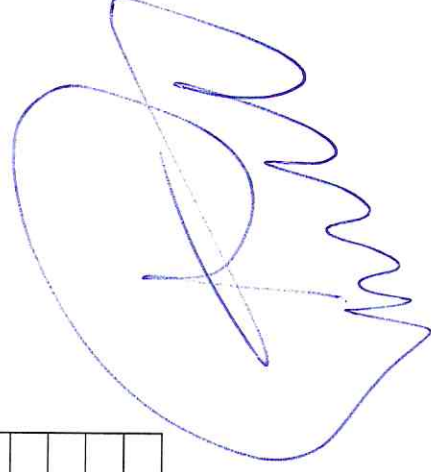
Объем программы 36 часов (1 з.е.). Продолжительность обучения 2 недели

Форма обучения – очно-заочная с применением ЭО и ДОТ

Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп.

№	Наименование дисциплины (модулей)	1 неделя	2 неделя	КР	РУП	ИА	ИТОГО
1	Модуль 1. Виды моделей Agile и исполнение проектов.	18		8	6		14
2	Модуль 2. Связь проектов со стратегией компании. EQ и IQ лидера в проектах.		6	7	3		10
3	Модуль 3. Наджинг и цифровые коммуникации		12	6	4		10
4	Итоговая аттестация					2	2
5	ВСЕГО	36	36	21	24	2	36

Условные обозначения	
ПА	Промежуточная аттестация
ИА	Итоговая аттестация
КР	Контактная работа
РУП	Работа на учебном портале



Директор НКЦ «Интернациональная Бизнес-школа»

А.А. Мостовщиков

« 23 » декабря 2020 г.