

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

Высшая школа управления государственными и муниципальными финансами

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

Протокол от 17.06.2025 № 52

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию



Е.А. Диденко

2025 г.

М.П.

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
Новый вид профессиональной деятельности/ новая присваиваемая квалификация	Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью
Срок обучения	256 часов, не менее 7 недель
Форма обучения	очно-заочная, с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	не более 8 часов в день

№ п/ п	Название дисциплины	Трудоемкость		В том числе				Форма контроля
		В зачетных единицах	Всего часов трудоемкости	Контактная работа *			Самостоятельная работа†	
				Всего часов	из них			
					Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Дисциплина 1. Управление маркетингом	2	72	24	8	16	48	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	Зачет методом тестирования
5.	Дисциплина 5. Связи с общественностью (PR)	1	36	16	8	8	20	Зачет методом тестирования
	Всего	6	216	88	40	48	128	
	Итоговая аттестация	1	40	6		6	34	Экзамен в форме защиты практического задания (проекта)
	Общая трудоемкость программы	7	256	94	40	54	162	

Разработчики программы:

Карпова Светлана Васильевна, профессор, д.э.н., заведующая кафедрой маркетинга Факультета «Высшая школа управления» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

Резниченко Сергей Анатольевич к.т.н, доцент Кафедры информационной безопасности Факультета информационных технологий и анализа больших данных Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

* С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

† В виде онлайн-курса

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 Высшей школы
управления государственными и
муниципальными финансами

 В. В. Бондалетов

« ____ » _____ 2025г.

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
 программы профессиональной переподготовки
«Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

№ № п/п	Название дисциплины	Трудоемкость		В том числе				Форма контроля
				Контактная работа ⁺⁺			Самостоятельная работа ^{§§}	
		В зачетных единицах	В часах	Всего	из них			
Лекции	Практические занятия							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Дисциплина 1. Управление маркетингом	2	72	24	8	16	48	
	Тема 1.1. Понятие и особенности управления маркетингом в организации.		24	8	2	6	16	Тестирование
	Тема 1.2. Современные виды маркетинга.		24	8	2	4	16	Тестирование
	Тема 1.3. Управление комплексом маркетинга организации.		22	6	4	6	16	Решение практического задания
	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет методом тестирования
2.	Дисциплина 2. Маркетинговые исследования.	1	36	16	8	8	20	
	Тема 2.1. Понятие и виды маркетинговых исследований.		18	8	4	4	10	Тестирование
	Тема 2.2. Особенности проведения маркетинговых исследований.		16	6	4	6	10	Решение практического задания
	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет методом тестирования
3.	Дисциплина 3. Стратегический маркетинг	1	36	16	8	8	20	
	Тема 3.1. Стратегическое планирование в системе маркетинга.		14	6	4	2	8	Решение практического задания
	Тема 3.2. Контроль в системе маркетинга.		10	4	2	2	6	Тестирование
	Тема 3.3. Организация службы маркетинга.		10	4	2	2	6	Решение практического задания

[‡] С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

[§] В виде онлайн-курса

№ № п/п	Название дисциплины	Трудоемкость		В том числе			Самостоятельная работа §	Форма контроля
		В зачетных единицах	В часах	Всего	Контактная работа †			
					Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет методом тестирования
4.	Дисциплина 4. Рекламные технологии	1	36	16	8	8	20	
	Тема 4.1. Реклама: понятие и особенности для разных рынков.		8	2	2	0	6	Тестирование
	Тема 4.2. Современные рекламные технологии.		8	2	2	0	6	Тестирование
	Тема 4.3. Виды и средства распространения рекламы.		10	6	2	4	4	Решение практического задания
	Тема 4.4. Планирование и проведение рекламных кампаний.		8	4	2	2	4	Решение практического задания
	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет методом тестирования
5.	Дисциплина 5. Связи с общественностью (PR)	1	36	16	8	8	20	
	Тема 5.1. Связи с общественностью (PR): понятие и особенности для разных рынков.		16	6	4	2	10	Тестирование
	Тема 5.2. Планирование и проведение PR-кампаний.		18	8	4	4	10	Решение практического задания
	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет методом тестирования
	Всего:	6	216	88	40	48	128	
	Итоговая аттестация	1	40	6		6	34	Экзамен в форме защиты практического задания (проекта)
	Общая трудоемкость программы:	7	256	94	40	54	162	

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

Высшая школа управления государственными и муниципальными финансами

Календарный учебный график

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

Срок освоения программы 256 часов

Продолжительность обучения 7 недель

Форма обучения – очно-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	1 нед	2 нед	3 нед	4 нед	5 нед	6 нед	7 нед	СР	ПА	ИА	ВСЕГО
1.	Дисциплина 1. Управление маркетингом	36	36						48	2		72
2.	Дисциплина 2. Маркетинговые исследования			36					20	2		36
3.	Дисциплина 3. Стратегический маркетинг				36				20	2		36
5.	Дисциплина 4. Рекламные технологии					36			20	2		36
6.	Дисциплина 5. Связи с общественностью (PR)						36		20	2		36
7.	Итоговая аттестация							40	34		40	40
	ВСЕГО	36	36	36	36	36	36	40	162	10	40	256

Условные обозначения	
КР	Контактная работа
СР	Самостоятельная работа
ПА	Промежуточная аттестация
ИА	Итоговая аттестация

Директор Высшей школы
управления государственными
и муниципальными финансами


В. В. Бондалегов

« ____ » _____ 2025г.