

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

**Высшая школа спортивного менеджмента**

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

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по дополнительному  
профессиональному образованию

Протокол № 47  
от «19» февраля 2025 г.

 Е.А. Диденко  
2025г.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
программы профессиональной переподготовки  
«Менеджер по диджитал маркетингу и продажам»

Требования к уровню образования слушателей	– лица, имеющие высшее образование, лица, получающие высшее образование - лица, имеющие среднее профессиональное образование, лица, получающие среднее профессиональное образование.
Категории слушателей	- граждане, ищущие работу и обратившиеся в органы службы занятости, включая безработных граждан; граждане в возрасте 50 лет и старше; граждане предпенсионного возраста; женщины, находящихся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте до 3-х лет, женщины, не состоящие в трудовых отношениях и имеющие детей дошкольного возраста; - сотрудники отделов маркетинга и продаж бизнес-организаций, граждане, желающие приобрести компетенции в сфере маркетинга и управления продажами
Срок обучения	трудоемкость программы 256 часа, 7 зачетных единиц, 10 недель
Форма обучения	очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения
Режим занятий	не более 8 часов в день

№ № п/п	Наименование модуля	Трудоемкость		В том числе				Форма контроля
				Аудиторные занятия			Сам осто ятел ьная рабо та <sup>1</sup>	
		В зачет ных едини цах	В часа х	Всего	из них			
					Лекц ии <sup>1</sup>	Прак тиче ские занят ия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	<b>Дисциплина 1.</b> Введение в маркетинг, диджитал маркетинг. Анализ аудитории и конкурентов	1	36	18	4	14	18	Дифференциро ванный зачет, электронное тестирование
2	<b>Дисциплина 2.</b> Разработка комплекса диджитал маркетинга организации	1	36	18	4	14	18	Выполнение практического задания
3	<b>Дисциплина 3.</b> Разработка маркетинговой стратегии, основанной на ценности	1	36	18	4	14	18	Дифференциро ванный зачет, электронное тестирование
4	<b>Дисциплина 4.</b> Продажи, их виды и особенности	1	72	36	8	28	36	Дифференциро ванный зачет, электронное тестирование
5	Дисциплина 5 Продажи на различных этапах. Клиентский опыт	1	36	18	4	14	18	Выполнение практического задания
6	Дисциплина 6. Организация работы подразделения продаж	1	36	18	4	14	18	Дифференциро ванный зачет, электронное тестирование
8	Итоговая аттестация		4	4		4		Экзамен
9	<b>Общая трудоемкость программы</b>	<b>7</b>	<b>256</b>	<b>130</b>	<b>28</b>	<b>102</b>	<b>126</b>	

**Программа разработана преподавателями:** Кирпичева Мария Александровна, к. эк. наук, начальник Управления маркетинга Финансового университета; Прокудина Ольга Викторовна, директор Высшей школы спортивного менеджмента.

Директор Высшей школы спортивного менеджмента



О.В. Прокудина

«17» февраля 2025 г.

<sup>1</sup>С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения