

**Перечень дисциплин (модулей) программы профессиональной
переподготовки**

«Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

Модуль 1. «Управление маркетингом»

- Тема 1.1. Теоретические основы управления маркетингом
- Тема 1.2. Маркетинговые стратегии на корпоративном уровне
- Тема 1.3. Управление этапами процесса целевого маркетинга
- Тема 1.4. Управление продуктом, товарным ассортиментом и портфелем брендов
- Тема 1.5. Управление ценовой политикой
- Тема 1.6. Управление взаимоотношениями в цепочке создания ценности
- Тема 1.7. Управление политикой продвижения
- Тема 1.8. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге
- Тема 1.9. Контроль, оценка и аудит маркетинга

Модуль 2. «Маркетинговые исследования»

- Тема 2.1. Методология проведения маркетинговых исследований
- Тема 2.2. Виды и источники маркетинговой информации
- Тема 2.3. Методы проведения маркетинговых исследований
- Тема 2.4. Методы анализа и прогнозирования маркетинговой информации
- Тема 2.5. Сегментация и позиционирование как маркетинговое исследование
- Тема 2.6. Прикладные маркетинговые исследования

Модуль 3. «Стратегический маркетинг»

- Тема 3.1. Особенности стратегического маркетинга и его задачи
- Тема 3.2. Использование технологий big data для анализа рынка
- Тема 3.3. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии
- Тема 3.4. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий
- Тема 3.5. Разработка маркетинговых стратегий
- Тема 3.6. Реализация маркетинговых стратегий

Модуль 4. «Рекламные технологии»

- Тема 4.1. Место рекламы в коммуникационной политике организации
- Тема 4.2. Виды и средства распространения рекламы
- Тема 4.3. Экономические, правовые и культурные аспекты рекламного бизнеса

Тема 4.4. Психологические аспекты воздействия рекламы

Тема 4.5. Организация рекламной деятельности

Модуль 5. «Связи с общественностью (PR)»

Тема 5.1. Коммуникативная составляющая деятельности по связям с общественностью

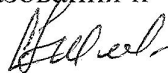
Тема 5.2. Связи с общественностью в коммерческой сфере

Тема 5.3. Связи с общественностью в государственных структурах

Тема 5.4. Интегрированные брендкоммуникации

Тема 5.5. Формирование имиджа как технология связей с общественностью

Начальник отдела дополнительного образования и
профориентационной работы



С.Ю. Шевелев