



УТВЕРЖДАЮ  
Генеральный директор  
АНО ДПО «Сити Бизнес Скул»

Ю.В. Будишевская

тв е р ж д е н о п р и к а з о м 5 / О С Н о т 02.04.2020 г.

**Учебный план**  
образовательной программы профессиональной переподготовки  
«Управление и экономика современного предприятия. Управление  
маркетингом»

**Категории слушателей:** слушатели, имеющие высшее образование и опыт практической работы.

**Количество часов обучения:** 612 часов.

**Срок обучения:** 6 календарных месяцев.

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Теоретических занятий	Практических занятий, семинаров	
<b>I</b>	<b>Базовые дисциплины бизнеса и менеджмента</b>	<b>144</b>	<b>58</b>	<b>86</b>	
1	Лидерство	72	28	44	Экзамен
2	Менеджмент	36	16	20	Экзамен
3	Финансы	36	14	22	Экзамен
<b>II</b>	<b>Дисциплины оперативного управления</b>	<b>144</b>	<b>58</b>	<b>86</b>	
4	HR-менеджмент	72	28	44	Экзамен
5	Маркетинг	36	16	20	Экзамен
6	Продажи	36	14	22	Экзамен

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Теоретических занятий	Практических занятий, семинаров	
<b>Итого часов по основным модулям</b>		<b>288</b>	<b>126</b>	<b>162</b>	
<b>3</b>	<b>Вариативная часть (один из четырех модулей по выбору слушателя)</b>		<b>108</b>		
<b>3.1</b>	<b>Личная и профессиональная эффективность</b>	<b>108</b>	<b>46</b>	<b>62</b>	
3.1.1	Навыки публичных выступлений	20	8	12	Зачет
3.1.2	Критическое мышление и принятие решений	36	16	20	Зачет
3.1.3	Навыки проведения совещаний	20	8	12	Зачет
3.1.4	Навыки успешных переговоров	32	14	18	Зачет
<b>3.2</b>	<b>Операционное управление</b>	<b>108</b>	<b>46</b>	<b>62</b>	
3.2.1	Ключевые задачи реализации стратегии	36	14	22	Зачет
3.2.2	Логистика (сбыта, закупок, производства)	72	32	40	Зачет
<b>3.3</b>	<b>Маркетинг и продажи</b>	<b>108</b>	<b>46</b>	<b>62</b>	
3.3.1	Интернет-маркетинг	20	8	12	Зачет
3.3.2	Технология B2B продаж	36	16	20	Зачет
3.3.3	Технология розничных продаж	32	14	18	Зачет
3.3.4	Оmnikanальные продажи <sup>1</sup>	20	8	12	Зачет
<b>3.4</b>	<b>Управление компанией и внешняя среда</b>	<b>108</b>	<b>46</b>	<b>62</b>	
3.4.1	Микроэкономический анализ компании	32	14	18	Зачет
3.4.2	Рынки факторов производства и распределения доходов	36	16	20	Зачет

<sup>1</sup>«Оmnikanальность» – интегрированное восприятие потребителем продукта или услуги посредством использования всех каналов

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Теоретических занятий	Практических занятий, семинаров	
3.4.3	Экономика благосостояния	20	8	12	Зачет
3.4.4	Глобализация и национальный интерес	20	8	12	Зачет
<b>4.</b>	<b>Направление подготовки</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	
4.1	Управление маркетингом. PROFESSIONAL	72	36	36	Зачет
<b>Итого часов по модулям</b>		<b>396</b>	<b>172</b>	<b>224</b>	
<b>Практика и кейс-метод</b>		<b>36 часов</b>			
<b>Итоговая аттестация, в т. ч.</b>		<b>108 часов</b>			
Итоговый экзамен по программе		4 часа			
Подготовка и защита итоговой аттестационной работы		104 часа			
<b>Итого часов по программе</b>		<b>612</b>			

## СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ

### 1. Базовые дисциплины бизнеса и менеджмента

#### Модуль 1. Лидерство

1. Тайм-менеджмент
2. Навыки публичных выступлений
3. Личный брендинг
4. Лидерство и формирование команд
5. Деловые коммуникации

#### Модуль 2. Менеджмент

1. Методология Agile в управлении проектами
2. Управление проектами ANSI PMI ® PMBOK
3. Операционный менеджмент

#### Модуль 3. Финансы

1. Налогообложение и налоги
2. Финансовое планирование и бюджетирование
3. Управленческий и финансовый учет

### 2. Дисциплины оперативного управления

#### Модуль 4. HR-менеджмент

1. Коучинг, менторинг и развитие персонала
2. Подбор, найм и интеграция персонала
3. Мотивация персонала

#### Модуль 5. Маркетинг

1. Маркетинговая аналитика
2. Структура маркетинговой деятельности компании
3. Маркетинговые стратегии

#### Модуль 6. Продажи

1. Планирование и прогнозирование продаж. Новые методики и стандарты
2. Управление отношениями с клиентом
3. Стратегии управления продажами

### 3. Вариативная часть (один из четырех модулей по выбору слушателя)

#### Личная и профессиональная эффективность

1. Навыки публичных выступлений
2. Критическое мышление и принятие решений
3. Навыки успешных переговоров
4. Навыки проведения совещаний

### Операционное управление

1. Ключевые задачи реализации стратегии
2. Логистика сбыта
3. Логистика производства
4. Логистика закупок

### Маркетинг и продажи

1. Интернет-маркетинг
2. Технология розничных продаж
3. Технология B2B продаж
4. Омниканальные продажи

### Управление компанией и внешняя среда

1. Глобализация и национальный интерес
2. Экономика благосостояния
3. Рынки факторов производства и распределения доходов
4. Микроэкономический анализ компании

## **4. Направление подготовки**

### Управление маркетингом PROFESSIONAL

1. Структура маркетинговой деятельности в компании
2. Конкуренты: анализ, оценка конкурентоспособности компании, противостояние
3. Позиционирование, брендинг и конкурентные преимущества компании
4. Клиенты: сегментирование, моделирование поведения, развитие потребностей
5. Стратегический маркетинг. Базовые и нестандартные стратегии.
6. Разработка и вывод на рынок нового продукта
7. Особенности работы с социальными медиа (SMM, Social Media Marketing)
8. Продвижение в Интернете
9. Оценка эффективности работы маркетинговой службы компании
10. Анализ рынка: методики и технологии
11. Внутренний анализ компании: продукты, преимущества, недостатки
12. Ассортимент, ценообразование, каналы распространения продукции компании
13. Маркетинговые исследования в коммерческой деятельности компании
14. Маркетинговые коммуникации: ATL, BTL, TTL. Trade-маркетинг
15. Стратегии в Digital и интернет-маркетинг
16. Маркетинговые коммуникации
17. Public Relation и управление репутацией бренда
18. Управление рекламой и медиапланирование
19. Программы лояльности
20. Антикризисные стратегии маркетинга
21. Разработка креативных концепций и маркетинговых идей
22. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителей
23. Международный маркетинг

24. Интернет-маркетинг.
25. Big Data: тренды в управлении базами
26. Разработка креативных концепций и маркетинг идей
27. Product Placement- разработка и внедрение новых продуктов
28. Введение в интернет-маркетинг и стратегия
29. Сайты и посадочные страницы
30. Веб-аналитика
31. Привлечение трафика на сайт
32. Лояльность и удержание пользователей

