



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	
I	Базовые дисциплины бизнеса и менеджмента	144	58	86	
1	Лидерство	72	28	44	Экзамен
2	Менеджмент	36	16	20	Экзамен
3	Финансы	36	14	22	Экзамен
II	Дисциплины оперативного управления	144	58	86	
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	
Итого часов по основным модулям		288	126	162	
3	Вариативная часть (один из четырех модулей по выбору слушателя)		108		
3.1	Личная и профессиональная эффективность	108	46	62	
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
3.2	Операционное управление	108	46	62	
3.2.1	Ключевые задачи реализации стратегии	36	14	22	Зачет
3.2.2	Логистика (сбыта, закупок, производства)	72	32	40	Зачет
3.3	Маркетинг и продажи	108	46	62	
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 ¹	20	8	12	Зачет
3.4	Управление компанией и внешняя среда	108	46	62	
3.4.1	Микроэкономический анализ компании	32	14	18	Зачет
3.4.2	Рынки факторов производства и распределения доходов	36	16	20	Зачет

¹«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
4.	Направление подготовки	72	36	36	
4.1	Управление маркетингом. PROFESSIONAL	72	36	36	Зачет
Итого часов по модулям		396	172	224	
Практика и кейс-метод		36 часов			
Итоговая аттестация, в т. ч.		108 часов			
Итоговый экзамен по программе		4 часа			
Подготовка и защита итоговой аттестационной работы		104 часа			
Итого часов по программе		612			

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

