

Частное учреждение дополнительного профессионального образования "ЭмМенеджмент"  
620142 г. Екатеринбург, Степана Разина дом 16 офис 412

Приказ № 10 от 11.01.2017  
Утверждаю Директор:  И. А. Тимофеева



**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАМА**  
**дополнительного профессионального образования**

**«Эффективный маркетинг и продвижение»**

100 часов

Формат обучения: очно 62 часа и заочно 48 часов.

Екатеринбург, 2017 г

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ	5
3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН	7
4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	8
5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	10
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ	11

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа дополнительного профессионального образования регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и профилю и включает в себя: учебный план; рабочие программы учебных дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также календарный учебный график и методические и оценочные материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

**Цель программы** – получение новых знаний и практических навыков ведения эффективного маркетинга, рекламы и продвижения, с учетом последних изменений.

**Категория слушателей** - руководители и специалисты отделов маркетинга и продаж, и те слушатели, кто стремится профессионально ориентироваться и принимать решения на всех уровнях хозяйствования.

### **Организация учебного процесса:**

**Объем программы** - 100 часов (в том числе 58 часов аудиторных)

### **Форма обучения:**

– вечерняя, очно – заочная, 4 часа в день, очно - 15 дней, с отрывом от работы

**Место проведения, кабинет** - 620142 г. Екатеринбург, Степана Разина дом 16 офис 412

Обучение платное.

Набор группы происходит каждые 6 месяцев

### **Документы, необходимые для зачисления:**

- Ксерокопия паспорта;
- Ксерокопия документа о предшествующем образовании с присвоенной квалификацией\*

\* К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Зачисление в группу происходит после заключения договора на оказании образовательных услуг и внесении слушателем оплаты.

Освоение дополнительных профессиональных образовательных программ завершается итоговой аттестацией обучающихся в форме зачета.

Лицам, успешно освоившим соответствующую дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаются документы о квалификации: удостоверение о повышении квалификации

**Нормативные документы, используемые для разработки программы**

- Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 25.11.2013) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014)
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам"

## **2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

### **1. Область применения.**

Настоящая программа учебной дисциплины «**Эффективный маркетинг и продвижение**» устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям слушателя и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

### **2. Цели освоения дисциплины.**

Целями освоения дисциплины являются:

Дать целостное представление о маркетинговых инструментах

Дать практические навыки в маркетинге

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.**

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

Знать:

- Целевую аудиторию, определение позиционирования и сегментирования
- Что такое бренд, УТП, ассортиментная политика, категорийный менеджмент
- Как сформировать стоимость товара при разных позициях на рынке?
- Маркетинговые исследования. Взаимосвязь стратегии компании с маркетинговыми исследованиями
- Инструменты интернет - маркетинга

Уметь:

- Как позиционировать и сегментировать свой товар
- Формирование стоимости товара при разных позициях на рынке
- Разрабатывать уникальное торговое предложение
- Определение точек контакта с существующими и потенциальными клиентами.
- Проводить маркетинговые исследования.
- Применять на практике инструменты интернет – маркетинга: SEO, контекстная реклама, социальные сети, e-мейл рассылка.

**Выпускники данной программы могут занимать должность:**

- Маркетолог
- Специалист по маркетингу
- Интернет - маркетолог

### **Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса**

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими, высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Преподаватели специальных дисциплин, должны иметь опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

### **Требования к учебно-методическому обеспечению образовательного процесса**

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы должна обеспечиваться доступом каждого слушателя к информационным ресурсам по содержанию соответствующим полному перечню дисциплин, наличием учебно-методических, методических пособий, разработок и рекомендаций по всем дисциплинам и по всем видам занятий, производственной (профессиональной) практике, а также наглядными пособиями, аудио-, видео- и мультимедийными материалами.

В образовательном процессе должны использоваться законодательные акты, нормативные документы и материалы профессионально ориентированных периодических изданий.

### **Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса**

Образовательное учреждение, реализующее дополнительную профессиональную образовательную программу, должно располагать материально-технической базой, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам.

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета. Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя и учащихся (столы, стулья).
- шкафы и стеллажи для хранения учебно-методических материалов
- учебно-методический комплекс дисциплины
- бланки документации

Технические средства обучения: ноутбук, мультимедиапроектор.

### **Контроль знаний**

По темам, включенным в учебный план образовательного учреждения, выставляется итоговая оценка в форме «зачета»

### **Итоговый контроль производится в соответствии со шкалой**

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений, отметка
100 - 70%	ЗАЧЕТ
69- 0%	НЕЗАЧЕТ

### 3. Учебный план

Утверждено:

Директор ЧУДПО «ЭмМенеджмент»

 И.А. Тимофеева

М.П.

Приказ №11 от «11» января 2017 г.



## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительного профессионального образования

по повышению программе квалификации

**«Эффективный маркетинг и продвижение»**

Форма обучения – очно - заочная

Длительность обучения – 100 часов (58 очно)

Минимальный уровень образования – среднее специальное образование

№	Наименование раздела	Всего	В том числе, часов			
			Теория	Практика	Самостоя- тельная работа	Форма контроля
1	Маркетинговый аудит положения компании на рынке	16	4	4	8	Зачет
2	Товарный маркетинг	14	5	4	5	Зачет
3	Интегрированные маркетинговые коммуникации: реклама и продвижение	7	2	3	2	
4	Управление взаимоотношениями с клиентами	7	1	3	3	Зачет
5	Маркетинговые исследования	6	2	2	2	Зачет
6	Интернет-маркетинг	50	8	20	22	Зачет
ИТОГО:		100	22	36	42	

#### 4. Тематический план и содержание программы

Утверждено:  
 Директор ЧУДПО «ЭмМенеджмент»  
  
 И.А. Тимофеева  
 Приказ №02 от «10» января 2017 г.



### «Эффективный маркетинг и продвижение»

Форма обучения – очно - заочная

Длительность обучения – 100 часов (58 очно)

Минимальный уровень образования – среднее специальное образование

№	Наименование раздела	Всего	В том числе, часов			
			Теория	Практика	Самостоя- тельная работа	Форма контроля
1	<b>Маркетинговый аудит положения компании на рынке</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>Зачет</b>
1.1.	SWOT-анализ		1	1	2	
1.2.	Сегментирование основных клиентских групп		1	1	2	
1.3.	Позиционирование товара		1	1	2	
1.4.	Конкуренты. Бенчмаркинг		1	1	2	
2	<b>Товарный маркетинг</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Зачет</b>
2.1.	Ассортиментная политика и УТП		1	1	2	
2.2.	Основы категорийного менеджмента		1	2	1	
2.3.	Бренд и торговая марка		1		1	
2.4.	Ценообразование и ценовая стратегия		2	1	1	
3	<b>Интегрированные маркетинговые коммуникации: реклама и продвижение</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>Зачет</b>
3.1	Эффективная организация рекламы в компании		1	2		
3.2	Бюджетирование и планирование		1	1	2	



4	<b>Управление взаимоотношениями с клиентами</b>	7	1	3	3	Зачет
4.1.	Точки контакта			1	1	
4.2.	CRM. Современные автоматизированные системы, позволяющие выстраивать отношения с клиентами – знакомство с наиболее популярными системами		1			
4.3.	Опросы. Оценка удовлетворенности. Подбор методов оценки удовлетворенности в зависимости от продукта и задачи; разработка инструментария; проведение опроса; анализ результатов			2	2	
5	<b>Маркетинговые исследования</b>	6	2	2	2	Зачет
5.1.	Грамотная постановка целей исследования. Определяем, для чего именно нам нужно проведение исследований.		1	1		
5.2.	Инструменты исследований: наблюдение, интервью, опросы, анкетирование и др. Проведение кабинетных и полевых маркетинговых исследований		1	1		
6	<b>Интернет-маркетинг</b>	50	8	20	22	Зачет
6.1	<b>Базовые аспекты интернет-маркетинга.</b> Аудитория интернета. Тенденции поведения пользователей в Интернете. Сайт компании как основной инструмент продвижения. Виды сайтов и их отличия. Необходимые элементы структуры сайта.		1	2	1	
6.2	<b>SEO (поисковое) продвижение.</b> - Индексация сайта. Семантическое ядро сайта. - Как вывести сайт на ведущие позиции: поисковое ранжирование, грамотное составление текстов.		2	8	4	Зачет
6.3	<b>Контекстная реклама.</b> Системам Яндекс Директ и Google. Контекстная, тематическая и медийная реклама - Настройка реальной рекламной		1	4	4	Зачет

	кампании.					
6.4	<p><b>SMM-продвижение. Как с минимальным бюджетом развиваться в соц. сетях.</b></p> <p>- Социальные сети: основные тенденции развития. В каких случаях стоит использовать для продвижения.</p> <p>- Facebook- VKontakte: - Instagram</p> <p><b>E-mail-маркетинг.</b></p> <p><b>Продвижение видео-контента.</b></p> <p>- Работа с видео-каналом Youtube</p>		4	6	8	Зачет
	ИТОГО:	100	22	36	42	

## 5. УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Утверждено:  
 Директор ЧУДПО «ЭмМенеджмент»  
 И.А. Тимофеева  
 Приказ №03 от 11» января 2016 г.



### Вечерний учебный график

Календарный учебный график программы "Эффективный маркетинг и продвижение"																										
Дисциплина	1 неделя						2 неделя						3 неделя						4 неделя							
		1		2	3			4		5				6		7	8			9		10				
Эффективный маркетинг и продвижение		Т/П	С	Т/П/З	Т/П/З	С		С	Т/П	С	Т/П/З	С	С		С	Т/П	С	Т/П/З	Т/П	С		С	Т/П/З	С	Т/П/З	С
Дисциплина	4 неделя						5 неделя						6 неделя													
		11		12				13		14				15												
Эффективный маркетинг и продвижение	С	Т/П	С	Т/П/З	С	С		С	Т/П	С	Т/П/З				Т/П/З											
Т - теоретическая часть      Т/П - теоретическая и практическая часть      З – зачет      С – самостоятельная работа Т/П/З- теоретическая и практическая часть и зачет																										

## 6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1. Маркетинговый аудит положения компании на рынке.....	1
2. Товарный маркетинг.....	8
3. Интегрированные маркетинговые коммуникации: реклама и продвижение.....	25
4. Управление взаимоотношениями с клиентами.....	30
5. Маркетинговые исследования.....	39
6. Интернет-маркетинг.....	44