

**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
ЧАСТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»**

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Ученого совета Университета
«Синергия»
протокол № 4 от 26.04.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»

А.И. Васильев
27.04.2024 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ»**

наименование программы

г. Москва 2024

1. Общие положения

Настоящая дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Директор по маркетингу» (далее – образовательная программа) разработана в соответствии со следующими нормативными правовыми актами:

- Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н «Об утверждении профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог»;
- Постановлением Минтруда РФ от 21.08.1998 N 37 (ред. от 27.03.2018) "Об утверждении Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих", раздел «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях», раздел «Должности руководителей», раздел «Начальник отдела сбыта»;
- Уставом Университета;
- Локально-нормативными актами Университета.

2. Используемые сокращения

В настоящей образовательной программе используются следующие сокращения:

- «ПК» – профессиональные компетенции;
- «ДОТ» – дистанционные образовательные технологии;
- «Т» – теоретическое обучение (учебные занятия с применением дистанционных технологий), самостоятельная работа, промежуточная аттестация.
- «Г» – итоговая аттестация.

3. Общая характеристика образовательной программы

3.1. Категория слушателей: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

3.2. Объем программы: 72 часа.

3.3. Формы обучения: заочная с применением дистанционных технологий.

3.4. Срок обучения: 3 месяца.

4. Цель образовательной программы: совершенствование компетенции через систематизирование управленческих знаний,

формирование умений и владения практическим опытом использования современных инструментов менеджмента для эффективного решения задач в сфере управления маркетингом.

5. Укрупненная группа специальностей: 38.00.00 Экономика и управление

Область профессиональной деятельности: Финансы и экономика.

Сфера профессиональной деятельности: в сфере управления маркетингом.

6. Трудовые функции согласно профессиональному стандарту

08.035 Маркетолог

наименование профессионального стандарта

Обобщенная трудовая функция должности <i>Специалист по маркетингу</i> Указывается должность профессионального стандарта	Код	Уровень квалификации
Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А	6
Трудовые функции (наименование)	Код	Уровень (подуровень)
Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/01.6	6
Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/02.6	6

7. Планируемые результаты обучения

Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения.

Код и наименование компетенции	Перечень планируемых результатов обучения	Соотнесение компетенций с трудовыми функциями
<p>ПК-1. Подготовка к проведению маркетингового исследования</p>	<p>Знать: - принципы системного анализа; - особенности проведения социологических исследований.</p> <p>Уметь: - применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования.</p> <p>Иметь практический опыт: - планирования проведения маркетингового исследования.</p>	<p>A/01.6</p>
<p>ПК-2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать: - особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг с использованием инструментов контент-маркетинга; - особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг с использованием инструментов комплекса интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций.</p> <p>Уметь: - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса контент-маркетинга; - систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>Иметь практический опыт: - формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации с использованием инструментов контент-маркетинга; - формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж.</p>	<p>A/02.6</p>

8. Учебный план

1	Наименование учебных дисциплин	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч.	Контактная работа, ч			Учебные занятия с применением дистанционных технологий, ч.	Самостоятельная работа, ч.	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические и семинарские занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Маркетинг на основе данных	24	0	0	0	0	10	14	Зачет
2.	Контент-маркетинг	22	0	0	0	0	10	12	Зачет
3.	Интегрированные онлайн и офлайн коммуникации	22	0	0	0	0	10	12	Зачет
	Итоговая аттестация	4	0	0	0	0	0	0	Экзамен
	Итого:	72	0	0	0	0	30	38	4

9. Календарный учебный график

Структура календарного учебного графика указывает последовательность реализации программы повышения квалификации в течение месяца по дням, включая теоретическое обучение (учебные занятия с применением дистанционных технологий), самостоятельную работу, промежуточную аттестацию и итоговую аттестацию.

Продолжительность: 3 месяца.

Недельная нагрузка: 6 часов в неделю.

Предварительный режим занятий: 5 дней в неделю по 1-2 часа в день

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1 месяц	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т
2 месяц	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т
3 месяц	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Г	Г	Г

10. Рабочие программы учебных дисциплин – Приложение к профессиональной программе повышения квалификации.

11. Организационно-педагогические условия

11.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы

Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы определено в рабочих программах учебных дисциплин, итоговой аттестации.

Оценочные и методические материалы определены в рабочих программах учебных дисциплин.

Программное обеспечение в соответствии с действующими лицензиями на его использование.

Для обучающихся: в Университете созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, телекоммуникационные технологии.

Всем обучающимся предоставлен доступ на образовательную платформу, которая обеспечивает освоение обучающимися программы в полном объёме независимо от места и времени нахождения обучающихся.

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет».

11.2. Кадровые условия реализации образовательной программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Право на занятие педагогической деятельностью имеют лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование и отвечающие квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, если иное не установлено настоящим Федеральным законом.

11.3. Итоговая аттестация

Проводится в форме экзамена в виде электронного тестирования.

Обучающимся, успешно освоившим образовательную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Программа итоговой аттестации – Приложение к программе повышения квалификации.

11.4. Условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов организуется образовательный процесс по образовательной программе с учетом особенностей категорий, обучающихся и действующим законодательством.

12. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся

Оценка качества освоения образовательной программы проводится в отношении:

- соответствия результатов освоения образовательной программы заявленным целям и планируемым результатам обучения;
- соответствия процедуры (процесса) организации и осуществления образовательной программы установленным требованиям к структуре, порядку и условиям реализации программ;
- способности держателя программы результативно и эффективно выполнять деятельность по предоставлению образовательных услуг.