

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ГОРОДА МОСКВЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТР ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КВАЛИФИКАЦИЙ И СОДЕЙСТВИЯ  
ТРУДОУСТРОЙСТВУ «ПРОФЕССИОНАЛ»**

**ПРОГРАММА**

профессиональной переподготовки (дополнительное профессиональное образование)

**«Маркетинг, реклама и связи с общественностью»**

(контактное обучение в электронной информационно-образовательной среде)

(наименование программы)

**Цель:** получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере исследования конъюнктуры рынка, маркетинга, рекламы и связей с общественностью

**Планируемые результаты** – овладение знаниями в области маркетинга, рекламной деятельности, связей с общественностью;

**обучения:** – формирование навыков проведения маркетингового анализа, разработки и реализации маркетинговой стратегии организации

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**Категория обучающихся:** граждане, направленные органами службы занятости  
**Форма обучения:** очно-заочная с использованием дистанционных образовательных технологий

**Минимальный уровень образования принимаемых на обучение:** среднее профессиональное образование (с навыками работы на персональном компьютере)  
**Недельная нагрузка:** 38 часов

**Продолжительность обучения:** 7 недель  
**Режим занятий:** 5 дней в неделю по 6-8 часов

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Всего, час.	В том числе		Форма контроля
			Очное обучение	Заочное обучение теорет. занятия      практ. занятия	
1.	Основные положения классического маркетинга	16	–	10      6	
2.	Информационные технологии в маркетинге	18	–	4      14	
3.	Методы маркетинговых исследований, обработки и анализа данных	24	–	8      16	зачет
4.	Стратегический маркетинг	40	–	12      28	зачет
5.	Организация связей с общественностью	48	–	16      32	зачет
6.	Организация и проведение маркетинговых мероприятий	24	–	8      16	зачет
7.	Организация и проведение рекламной кампании	32	–	10      22	зачет
8.	Интернет-маркетинг	42	–	12      30	зачет
9.	Консультация	6	6	–      –	
10.	Итоговая аттестация	6	6	–      –	защита выпускной работы*
	<b>Итого:</b>	<b>256</b>	<b>12</b>	<b>80      164</b>	

\* Защита выпускной работы проводится на заседании аттестационной комиссии в составе трех человек

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» предназначена для профессиональной переподготовки граждан, направленных на обучение органами службы занятости в ГБОУ ДПО Центр «Профессионал».

**На обучение принимаются лица, имеющие образование не ниже среднего профессионального, с навыками работы на персональном компьютере.**

**Слушатели, принятые на обучение по очно-заочной форме с использованием дистанционных образовательных технологий, должны иметь персональный компьютер с выходом в сеть «Интернет».**

**Программа рекомендуется для лиц - уверенных пользователей персонального компьютера и сети Интернет (умеет форматировать и редактировать текст в текстовом редакторе (MS Word и т.п.), умеет работать в редакторе электронных таблиц (MS Excel и т.п.), просматривает страницы и сайты в сети Интернет, владеет навыком поиска информации в сети Интернет, может зарегистрироваться в социальной сети самостоятельно).**

Цель обучения – получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере исследования конъюнктуры рынка, маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

Программа разработана на основании профессиональных стандартов «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н, и «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н.

Учебный план профессиональной переподготовки, рассчитанный на 256 часов, включая время, отведенное на консультации и итоговую аттестацию, включает 8 учебных дисциплин, состав и последовательность которых устанавливается исходя из цели обучения и логики освоения учебного материала.

Организация учебного процесса предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: теоретические занятия, практические занятия, онлайн-лекции, вебинары и другие виды, определенные учебным планом. Заочные занятия проводятся в формате онлайн-лекций и вебинаров. В электронной информационно-образовательной среде ГБОУ ДПО Центр «Профессионал» слушатели самостоятельно изучают материалы (презентации, нормативные документы и пр.), а также выполняют задания, размещенные на электронных ресурсах учебного центра, в удобном для себя месте, имеющем необходимые условия для занятий (персональный компьютер с выходом в сеть «Интернет»).

На очное обучение, организуемое в специализированных учебных кабинетах ГБОУ ДПО Центр «Профессионал», в учебном плане отводится 12 часов, что составляет 2 дня.

По каждой дисциплине разработаны различные виды контроля знаний и умений, а также разработаны комплексные задания для проведения итоговой аттестации, что позволяет выявить степень подготовки слушателя к профессиональной деятельности.

Освоение программы «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» завершается итоговой аттестацией в форме защиты выпускной работы.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной переподготовке, дающий право на ведение нового вида профессиональной деятельности в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут в дальнейшем осуществлять профессиональную деятельность на предприятиях и в организациях, в структуре которых есть маркетинговый отдел, маркетинговая служба или департамент маркетинга.

Слушатели, окончившие обучение, могут в дальнейшем осуществлять профессиональную деятельность в формате самозанятости, как продвигая собственные товары и услуги, так и оказывая маркетинговые услуги сторонним лицам и организациям.

## **ПЕРЕЧЕНЬ НОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЮЩИХСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», **должен знать:**

- основы маркетинга;
- методы сбора и обработки информации с применением современных технических средств и компьютерных технологий;
- методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития;
- основы организации рекламной деятельности;
- инструменты бренд-менеджмента;
- инструменты ценообразования и дистрибуции;
- инструменты маркетинговых коммуникаций;
- методы обработки текстовой и графической информации.

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», **должен уметь:**

- проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разрабатывать и реализовать стратегию продвижения товаров, услуг, бренда;
- формировать имидж и деловую репутацию организации;
- создавать бренд и управлять им;
- разрабатывать и проводить рекламные кампании;
- разрабатывать и реализовать стратегию продвижения в сети Интернет;
- использовать современные информационные технологии в своей деятельности;
- анализировать проводимую маркетинговую политику и формировать предложения по её совершенствованию.

## **Возможные наименования должностей у работодателей города Москвы**

Маркетолог, специалист/менеджер по маркетингу, специалист/менеджер по рекламе и связям с общественностью.

Возможна самозанятость (продвижение собственных товаров и услуг, оказание маркетинговых услуг сторонним лицам и организациям).

### **Компетенции маркетолога, наиболее востребованные работодателями города Москвы**

- работает с CRM-системами;
- работает с отзывами и оценками;
- владеет навыками продвижения в сети интернет – SEO, SMM, E-mail, контекст;
- пишет информационные тексты – пресс-релизы, новости, анонсы мероприятий, аналитические обзоры, информационные письма, новостные дайджесты, бэкграундеры, клиентские истории успеха, статьи и тезисы);
- работает со СМИ в целях продвижения продукта, услуги, бренда;
- взаимодействует с лидерами мнений в целях продвижения продукта, услуги, бренда;
- работает с партнерами и спонсорами;
- организует и проводит маркетинговые мероприятия;
- проводит исследование рынка;
- работает с подрядчиками поставщиками в целях изготовления и распространения рекламных материалов;
- разрабатывает маркетинговую стратегию компании;
- реализует маркетинговую стратегию компании;
- оценивает эффективность проводимой маркетинговой политики;
- разрабатывает и выводит на рынок новые продукты.