



Министерство науки
и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
Институт дистанционного
и дополнительного образования



УТВЕРЖДАЮ:
Директор ИДДО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Шиндина Т.А.
	Идентификатор	Rd0ad64b2-5hindinaTA-e12224c9

(подпись)

Т.А. Шиндина
(расшифровка подписи)

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации

Наименование программы	Технологии эффективного маркетингового продвижения
Форма обучения	очная
Выдаваемый документ	удостоверение о повышении квалификации
Новая квалификация	не присваивается
Центр ДО	ОДПО, Центр профессиональной переподготовки преподавателей "Управление в высшем образовании"

Зам. директора ИДДО
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Усманова Н.В.
	Идентификатор	R3b653adc-UsmanovaNatV-90b3fa4

(подпись)

Н.В.
Усманова
(расшифровка подписи)

Начальник ОДПО
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Крохин А.Г.
	Идентификатор	R6d4610d5-KrokhinAG-aa301f84

(подпись)

А.Г. Крохин
(расшифровка подписи)

Руководитель ОДПО,
ЦПП УВО
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Максимова А.А.
	Идентификатор	R6a033f13-VorozhtsovaAA-daecd83

(подпись)

А.А.
Максимова
(расшифровка подписи)

Руководитель образовательной программы
(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

(подпись)

Н.Л. Кетоева
(расшифровка подписи)

Москва

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Цель: формирование компетенций современного маркетолога для решения задач в высокотехнологичном и быстро меняющемся мире.

Программа составлена в соответствии:

- с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденным приказом Минобрнауки от 12.08.2020 г. № 95425.08.2020 г. № 59425.

- с Профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог», утвержденным приказом Минтруда 04.06.2018 г. № 366н, зарегистрированным в Минюсте России 21.06.2018 г. № 51397, уровень квалификации 8.

Форма реализации: обучение с применением дистанционных образовательных технологий.

Форма обучения: очная.

Режим занятий:

Расписание занятий по дополнительной образовательной программе может устанавливаться в зависимости от набора в группы. Конкретные даты проведения занятий указываются в договоре на оказание образовательных услуг. Данные расписания хранятся в электронной системе учета хода реализации программы. При любом графике занятий учебная нагрузка устанавливается не более 40 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

Требования к уровню подготовки слушателя, необходимые для освоения программы: лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу, должны иметь высшее образование (специалитет или магистратура). Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца..

Выдаваемый документ: при успешном прохождении программы и сдаче итоговой аттестации выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Срок действия итоговых документов

Срок действия итоговых документов регламентируется на основе правил по работе с персоналом в сфере деятельности данной программы, устанавливается на основе содержания программы и составляет (в годах): 3.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

2.1. Компетенции

В результате освоения дополнительной образовательной программы слушатель должен обладать компетенциями (табл. 1).

Таблица 1

Компетентностно-ориентированные требования к результатам освоения программы

Компетенция	Требования к результатам
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: - технологию подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении продвижения товаров (услуг), брендов.
	Уметь: - подготавливать рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении продвижения товаров (услуг), брендов.
	Владеть: - навыком подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении продвижения товаров (услуг), брендов.

В результате освоения программы слушатель должен быть способен реализовывать трудовые функции в соответствии с профессиональным стандартом (табл. 2).

Уровень квалификации 8.

Таблица 2

Практико-ориентированные требования к результатам освоения программы

Трудовые функции	Требования к результатам
	08.035 «Маркетолог»
ПК-1134/С/02.8/1 способен осуществлять планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	Трудовые действия: - Согласование и реализация плана маркетинга организации.
	Умения: - Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации.
	Знания: - Методы управления бизнес-процессами.

2.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

Не предусмотрено

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ (РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ))

3.1. Трудоемкость программы

Трудоемкость программы включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) работы составляет:

- 3 зачетных единиц;

108 ак. ч.

Структура программы с указанием наименования дисциплин (модулей) и их трудоемкости представлена в табл. 3.

Учебный план дополнительной образовательной программы представлен в приложение А., являющийся неотъемлемой частью программы.

Таблица 3

Структура программы и формы аттестации

№	Наименование дисциплин (модулей)	всего	Контактная работа, ак. ч					Самостоятельная работа, ак. ч	Стажировка, ак. ч	Форма аттестации		
			всего	аудиторные занятия	электронное обучение	обучение с ДОТ	контроль			текущий контроль (тест, опрос и пр.)	промежуточная аттестация (зачет, экзамен, защита отчета о стажировке)	итоговая аттестация (итоговый зачет, итоговый экзамен, доклад по результатам стажировки, итоговый аттестационный экзамен, итоговая аттестационная работа)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12	13	14
1	Технологии эффективного маркетингового продвижения	101	49		14	29	6	52			Нет	
1.1.	Теоретические аспекты маркетингового продвижения	15	7		2	4	1	8		Тестирование		
1.2.	Методы и инструменты продвижения товаров/услуг	18	10		2	7	1	8		Тестирование		
1.3.	Digital-маркетинг	17	7		2	4	1	10		Творческая задача, Тестирование		
1.4.	Маркетинг персонала	17	9		4	4	1	8		Тестирование		
1.5.	Современные методы и инструменты привлечения абитуриентов в высшие учебные	17	7		2	4	1	10		Тестирование		

	заведения											
1.6.	Бренд как инструмент продвижения компании на рынке	17	9		2	6	1	8		Тестирование		
2	Итоговая аттестация	7	1				1	6				Итоговый экзамен
	ИТОГО:	108	50	0	14	29	7	58	0			

3.2. Содержание программы (рабочие программы дисциплин (модулей))

Содержание дисциплин (модулей) представлено в табл. 4.

Таблица 4

Содержание дисциплин (модулей)

№	Наименование дисциплин (модулей)	Содержание дисциплин (модулей)
1.	Технологии эффективного маркетингового продвижения	
1.1.	Теоретические аспекты маркетингового продвижения	Классические и современные подходы в маркетинге. Понятие маркетингового продвижения. Предпосылки возникновения маркетингового продвижения. Цель и задачи маркетингового продвижения. Специфика маркетингового продвижения в Российской Федерации.
1.2.	Методы и инструменты продвижения товаров/услуг	Классические методы и инструменты продвижения товаров/услуг на рынке. Мобильный маркетинг. Нестандартные методы и инструменты продвижения товаров/услуг на рынке. Эффективность маркетингового продвижения.
1.3.	Digital-маркетинг	Digital-маркетинг, как современный инструмент продвижения товаров/услуг в сети интернет. Типы продвижения в сети Интернет. Эффективность интернет-маркетинга.
1.4.	Маркетинг персонала	Маркетинг персонала в кадровой политике организации. Методы и инструменты продвижения персонала в компании и за ее пределами. Нейромаркетинг. Эффективность маркетинга персонала.
1.5.	Современные методы и инструменты привлечения абитуриентов в высшие учебные заведения	Современные тенденции рынка образования и рынка труда. Методы и инструменты привлечения абитуриентов в университет. Портрет абитуриента НИУ «МЭИ». Эффективность привлечения абитуриентов в университете
1.6.	Бренд как инструмент продвижения компании на рынке	Актуальность и необходимость брендинга. Понятие, сущность и роль бренда. Классификация видов бренда. Характеристика атрибутов бренда. Позиционирование и идентичность бренда. Концепции и стратегии

№	Наименование дисциплин (модулей)	Содержание дисциплин (модулей)
		позиционирования. Стратегические задачи управления брендом. Этапы процесса создания бренда. Сущность продвижения бренда. Этапы процесса продвижения бренда. Инструменты продвижения бренда компании. Ребрендинг

Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) представлены в приложении Б.

4. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Информация о практической подготовке в структуре дополнительной образовательной программы представлена в приложение В.

В рамках учебного плана дополнительной образовательной программы используются традиционные образовательные технологии, а также интерактивные технологии, представленные в табл. 5.

Таблица 5

Характеристика образовательной технологии

Наименование	Краткая характеристика
Дискуссия	Дискуссия по изучаемой теме
Индивидуальный проект	Выполнение индивидуального творческого задания связанного с маркетингом
Тестирование	Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 60 минут.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

5.1. Текущий контроль

Текущий контроль проводится в соответствии с характеристиками контрольных заданий и представлен в Таблице 1 приложения Г.

5.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по программе проводится в форме зачета, экзамена или отчета о стажировке в соответствии с учебным планом. Характеристика заданий представлена в Таблице 2 приложения Г.

5.3. Итоговая аттестация

Итоговая аттестация по программе проводится в форме *итогового экзамена*. Характеристика заданий представлена Таблице 3 приложения Г.

5.4. Независимый контроль качества обучения

Порядок независимой оценки качества дополнительной образовательной программы представлен в приложении Г.

6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) литература НТБ МЭИ:

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по инженерно-техническим и экономическим направлениям / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов . – Москва : Юрайт, 2021 . – 444 с. – (Высшее образование) . - ISBN 978-5-534-07447-5 .;

2. Музыкант, В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов по направлению "Торговое дело" и по специальностям "Реклама", "Маркетинг" / В. Л. Музыкант . – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019 . – 216 с. – (Высшее образование . Бакалавриат) (Азбука рекламы) . - ISBN 978-5-369-01121-8 .;

3. Цахаев, Р. К. Основы маркетинга : учебник для вузов по специальности "Маркетинг" / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева, С. А. Алиев . – М. : Экзамен, 2005 . – 448 с. – (Учебник для вузов) . - ISBN 5-472-00328-8 ..

б) литература ЭБС и БД:

Не предусмотрено

в) используемые ЭБС:

Не предусмотрено

6.2. Кадровое обеспечение

Для реализации дополнительной образовательной программы привлекаются преподаватели из числа штатных научно-педагогических работников ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» и лица, представители работодателей или объединений работодателей. Информация о кадровом обеспечении дополнительной образовательной программы представлена в приложении Д.

Сведения о руководителе дополнительной образовательной программы представлены в приложении Е.

6.3. Финансовое обеспечение

План расходов и расчет обоснования стоимости по дополнительной образовательной программе представлены в приложение Ж.

Финансирование программы осуществляется за счет личных средств слушателей или заказчиков, по направлению которых проводится обучение. В качестве заказчика могут выступать работодатели, университеты (в том числе МЭИ), государственные структуры и прочие участники образовательного рынка.

6.4. Материально-техническое обеспечение

Материально-технические условия реализации дополнительной образовательной программы представлены в Приложении З.


Календарный график учебного процесса разрабатывается с учетом требований к качеству освоения и по запросам обучающихся (Приложение И). Расписание занятий разрабатывается на каждую реализуемую программу.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

№ п/п	Содержание изменения (актуализации)	Дата утверждения изменений
1	Программа утверждена	06.02.2023

Руководитель
образовательной
программы

(должность)

	
Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
Владелец	Кетоева Н.Л.
Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

(подпись)

Н.Л.
Кетоева

(расшифровка
подписи)