



**Автономная некоммерческая организация
дополнительного и дополнительного профессионального
образования «Центр образования и развития «Интенсив»**

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель АНО ДДПО ЦОИР «Интенсив»

И.В. Никольская

14.01. 2020 г

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

Профессиональной переподготовки

**Специалист по маркетингу
(250 часов)**

г. Курган – 2020 г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Название программы: Специалист по маркетингу

О курсе: Курс рассчитан на менеджеров по маркетингу и рекламе, специалистов, связанных с продвижением товаров и услуг, рекламой, брендингом; сотрудников отделов продаж и рекламных агентств. Программа будет полезна как начинающим, так и опытным специалистам, а также всем, кто развивает и продвигает собственный бизнес.

На курсе «Специалист по маркетингу» вы существенно расширите свои знания в области маркетинга и рекламы и получите востребованную на рынке профессию. Вы узнаете, какие бывают маркетинговые коммуникации, чем стратегический маркетинг отличается от тактического и как правильно проводить SWOT-анализ. Кроме того, вы сможете самостоятельно определять нишу и позиционировать продукт, организовывать рекламные компании и разрабатывать брендбук.

Актуальной новинкой этого курса стало введение блока «**SMM-деятельности**», что востребовано временем. SMM-специалист - это специалист, ответственный за продвижение бренда или товара в социальных сетях (Social Media Marketing). SMM-специалист занимается продвижением компании, ее бренда, товаров и услуг в социальных сетях – ВК, Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Одноклассники, Youtube, Telegram и другие. Сегодня специалисты по SMM широко востребованы в креативных и рекламных агентствах, а также в компаниях известных брендов, ведущих деятельность в интернете.

Вид образовательной программы: профессиональная переподготовка.

Формат обучения: дистанционный (очный, заочный, дистанционный).

Продолжительность курса: 2,5-3 месяца.

Объем программы: 250 часов.

Требования: наличие высшего или среднего профессионального образования.

В результате обучения Вы получаете диплом о профессиональной переподготовке установленного образца, дающий право на ведение профессиональной деятельности.

Учебный процесс осуществляется:

- в специально оборудованных для проведения лекционных и практических занятий помещениях с учетом действующих санитарных норм и технических требований, оснащенных необходимой мебелью в соответствии с количеством слушателей в группе (столами и стульями), компьютерами с программным обеспечением, необходимым для обеспечения образовательного процесса по заданной обучающей программе, техническим оборудованием, находящимися в исправном состоянии;

- с использованием современных информационных образовательных ресурсов и технологий с обеспечением каждого слушателя необходимыми учебно-методическими и раздаточными материалами по темам курса по мере необходимости;

- преподавательским составом по направлению оказываемой услуги.

Категория слушателей: базовые знания ПК.

Минимальный срок обучения: 2,5 месяца

Наполняемость группы: 6 чел.

Форма обучения: очная, заочная (дистанционная).

Продолжительность обучения: 250 часов.

Трудоемкость программы: 6 зачетных единиц и итоговая (выпускная) работа.

Итоговая аттестация: зачет.

Место проведения: г. Курган, ул. Бурова-Петрова, ст. 112а, оф. 139

Чтобы записаться на обучение позвоните нам 8-909-179-33-64.

Учебно-тематический план

1. Основы маркетинга	Количество часов
Понятие маркетинга, его принципы, цели, задачи. Основные определения. Факторы и виды маркетинга. Виды маркетинга.	8
Содержание и процесс управления маркетингом. Основные концепции. Пирамида потребностей. Этапы процесса управления маркетингом.	8
Понятие маркетинговой среды, ее компоненты. Факторы макросреды (экономические, политико-правовые, социальные, экологические, технологические). Факторы микросреды (поставщики, конкуренты, предприятие, посредники, потребители, контактные аудитории). PEST-анализ. Емкость рынка.	8
Сегментирование и позиционирование.	8
Зачет, тестирование.	8
ИТОГО:	40
2. Разработка комплекса маркетинга	
Комплекс маркетинга. 4 Р. Разработка комплекса маркетинга.	8
Товарная политика.	8
Политика ценообразования. Цена: понятие, назначение, классификация. Внешние и внутренние факторы, влияющие на назначение цены. Методы расчета цен. Стратегии ценообразования.	8
Политика распределения. Каналы распределения: понятие, назначение, функции, уровни. Виды и системы каналов распределения. Маркетинговые системы распределения. Торговые посредники: понятие, назначение, виды (розничные и оптовые продавцы) и их подвиды. Критерии выбора торговых посредников.	8
Политика продвижения. Маркетинговые коммуникации. Реклама: понятие, назначение, классификация. Связи с общественностью. Прямой маркетинг. Методы стимулирования: ценовые и неценовые. Выставки, ярмарки. Спонсорство. Брендинг. Торговая марка и товарный знак. Основные приемы мерчандайзинга.	8
Разработка плана маркетинга.	8
Зачет, тестирование	2
ИТОГО:	50
3. Маркетинговые исследования	
Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Понятие маркетинговых исследований и их основные направления. Процедура маркетинговых исследований.	8
Виды маркетинговых исследований. Методы сбора информации. Наблюдение, опрос, эксперимент. Техники опроса (анкетирование, экспертное интервьюирование, панельное исследование, фокус-группы). Виды экспериментов. Маркетинговая информационная система.	8
Зачет, тестирование	4
ИТОГО:	20
4. Управление маркетингом	
Управление маркетингом. Основные понятия стратегического маркетинга (миссия, видение, цели маркетинга, маркетинговая стратегия, маркетинговая тактика). Виды стратегий.	8
Планирование и бюджет маркетинга. План маркетинга. Контроль	8

эффективности маркетинговой деятельности на предприятии.	
Техники продаж. Формула продаж. Правовые основы профессиональной деятельности маркетолога. Закон о рекламе.	8
Зачет, тестирование	6
ИТОГО:	30
5. Современные маркетинговые коммуникации и методы продвижения	
Современные тенденции маркетинга. Нестандартные виды продвижения: вирусный маркетинг, партизанский маркетинг.	8
Бизнес-модели.	8
Технологии комплексного интернет-маркетинга и электронная коммерция	8
Зачет, тестирование	6
ИТОГО:	30
6. СММ-деятельность как часть процесса маркетинга	
Основы Social Media и SMMдеятельность. Продвижение в социальных сетях и платформах, формирование лояльности целевой аудитории. Подбор социально-медийных площадок для продвижения. Управление коммуникациями в социальных интернет-медиа.	8
Контентная стратегия, копирайтинг и инструменты продвижения в социальных медиа. Мониторинг социальных сетей и блогов, управление рекламой в социальных сетях. Современные концепции SMMменеджмента в условиях цифровой экономики	8
Практические основы деятельности СММ-специалиста: Создание сообщества Основные элементы сообщества и их функции. Статистика сообщества. Позиционирование сообщества. Приложения для сообществ.	8
Ведение сообщества. Количество постов. Оформление контента. Виды контента. Как поднять вовлечение. Стимуляция отзывов. Отработка негатива. Что влияет на охват.	8
Продвижение сообщества. Что такое трафик /органический трафик. Что такое посев, критерии отбора пабликов. Офферы: за и против. Вывод группы в топ поиска ВК и Яндекс/Google. Конкурсы репостов: за и против. Виджеты сообщества. Рассылка. Таргетированная реклама. Работа с парсерами	8
Сервисы и лайфхаки для упрощения работы. Сервисы отложенного постинга. . Где брать графику для постов. Работа с текстом. 4. Редактирование контента. . Полезные сервисы для таргетолога. . Геймификация и активности. .Лайфхаки и хитрости	8
Зачет. Создание сообщества. Курсовой проект.	12
ИТОГО:	60
ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	20
ВСЕГО	250