УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

###### повышения квалификации

######  по программе «Маркетинг в управлении организацией»

 Продолжительность обучения: 1 неделя, 42 часа

 Форма получения образования: дневная

| № п/п | Наименование разделов (дисциплин) и тем | Количество учебных часов | Кафедра (цикловая комиссия)  |
| --- | --- | --- | --- |
| всего | распределение по видам занятий |
| лекции | практическиезанятия | семинарскиезанятия | круглые столы, тематические дискуссии | лабораторные занятия | деловые игры | тренинги | конференции |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| **I** | **Роль маркетинга в управлении организацией** |
| 1 | Маркетинговый подход к управлению организацией | 6 | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Аналитическая функция маркетинга | 6 | 2 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Коммуникации в маркетинге | 8 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Построение бизнес-модели | 5 | 2 | 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Питч и презентация MUST HAVE | 3 | 1 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| **II** | **Интернет-маркетинг** |
| 6 | Введение в интернет маркетинг. Влияние интернета на современное общество, идеология VS пропаганда | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Анализ и сегментация целевой аудитории и конкурентный анализ | 2 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Работа с сайтом организации | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Поисковое продвижение и оптимизация | 2 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Контекстная реклама | 2 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Social media marketing – социальные сети и сервисы | 2 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | E-mail-маркетинг | 2 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| **III** | **Реклама** |
| 13 | Социальная реклама государственных органов | 2 | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ВСЕГО | 42 | 23 | 19 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Форма итоговой аттестации | Зачет |

 Заместитель директора О.Н.Зиневич