



**City
Business
School**

New level!
New life!

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор ОЧУ ЦДО «Сити
Бизнес Скул»



Н.Е. Лагенен

2015г.

Утверждено приказом от *7 августа 2015*
№ *62/п* /ОСН

Учебный план:

«Управление и экономика современного предприятия:

Управление маркетингом»

Количество часов обучения: 612 ак. часа.

Сроки обучения: 6 календарных месяцев.

Форма обучения: самообразование с использованием дистанционных образовательных технологий.

Общее количество часов специализации «Управление маркетингом. PROFESSIONAL»
- 148 ак. часов

№ п/п	Наименование дисциплин	ВСЕГО	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час			Промеж уточная аттес тация	Итоговая аттестация
			Дистанционные занятия, час				
			всего	лекции	практические занятия, семинары		
1	2		3	4	5	6	7
1	Личная эффективность руководителя. Лидерство.	80	76	38	38	2	2
2	Стратегический и операционный менеджмент	80	76	38	38	2	2
3	Управление маркетингом. PROFESSIONAL	148	140	70	70	4	4
4	Управление продажами	40	36	18	18	2	2
5	Управление персоналом	40	36	18	18	2	2
6	Финансовый менеджмент	40	36	18	18	2	2
7	Управление проектами	40	36	18	18	2	2
	ИТОГО:	468	436	218	218	16	16

Итоговая аттестация:

Итоговый тест, подготовка и защита выпускной квалификационной работы 72

Практика и кейс-метод 72

Итого:

612

+7 (495) 668 09 09

121596, г.Москва, ул. Горбунова, дом 2., стр. 3. БЦ "Гранд Сетунь Плаза"

www.e-mba.ru www.m-mba.ru www.open-mba.ru



Специализация Управление маркетингом

- Product Development – разработка и внедрение новых продуктов
 - В курсе: выявление новых сегментов рынка, поиск и разработка концепций и идей, разработка MVP товара и тестирование, вывод на рынок.
- Стратегии в Digital и интернет-маркетинг
 - В курсе: разработка стратегии присутствия бренда в Digital, инструменты интернет-маркетинга, оценка эффективности рекламных кампаний в Интернете.
- Маркетинговые коммуникации
 - В курсе: виды маркетинговых коммуникаций, нестандартные инструменты (партизанский, вирусный, сарафанный, кобрендинг и др.). Разработка коммуникационной стратегии, дизайн и визуализация в маркетинге.
- Public Relation и управление репутацией бренда
 - В курсе: PR-стратегия: планирование, разработка и реализация, взаимодействие со СМИ, управление репутацией в сети Интернет.
- Управление рекламой и медиапланирование
 - В курсе: разработка рекламной стратегии, выбор каналов рекламы (онлайн и офлайн), медиапланирование, разработка «правильных» рекламных сообщений, оценка эффективности рекламных кампаний.
- Программы лояльности
 - В курсе: виды и цели программ, выбор эффективных форм, разработка ПЛ, инструменты реализации ПЛ, оценка и измерение лояльности.
- Антикризисные стратегии маркетинга
 - В курсе: оценка устойчивости компании на рынке и разработка/корректировка стратегии маркетинга с учетом экономической ситуации: ценовая политика, акции, распределение бюджетов и т. п.).
- Разработка креативных концепций и маркетинг идей
 - В курсе: практика развития креативного мышления, техники разработки креативных идей, расчет успешности концепций.



- **Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителей**
 - В курсе: новые методы анализа поведения потребителя, способы влияния на формирование мотивации ЦА, методология и кейсы, применение нейромаркетинга в маркетинговых коммуникациях.
- **Международный маркетинг**
 - В курсе: исследование международных рынков, товарная и ценовая политики в ММ, международная рекламная деятельность, особенности ведения международного маркетинга, управление международной маркетинговой деятельностью.
- **Конкурентный анализ и стратегии**
 - В курсе: анализ конкуренции в отрасли, стратегии и программы «Перехвата», ценовая конкуренция, разработка позиционирования компании/товаров и отстройка от конкурентов.
- **Управление сбытом**
 - В курсе: построение и развитие каналов сбыта, планирование коммерческих сбытовых показателей, управление рисками.
- **Social Media Marketing**
 - В курсе: обзор Social Media, стратегии присутствия бренда в SM, инструменты продвижения в SM, работа с негативом, рекламные стратегии в социальных сетях.
- **Мерчандайзинг**
 - В курсе: принципы мерчандайзинга, оформление торговых точек, выкладка товара, особенности работы с «горячими» и «мертвыми» точками, стратегии привлечения покупателей, контроль продаж и продавцов.

Содержание модулей

Модуль 1. Личная эффективность руководителя. Лидерство

- Основные управленческие навыки.
- Тайм-менеджмент. Делегирование полномочий.
- Деловой этикет.



- Эффективные решения.
- Управление стрессом.
- Личная эффективность руководителя.
- Лидерство. 7 навыков современного лидера.
- Личный брендинг. Как создать репутацию успешного и востребованного руководителя.
- Эмоциональный интеллект как основа лидера.
- Управление конфликтами.
- Навыки публичных выступлений.
- Эффективные коммуникации.
- Навыки проведения деловых переговоров. Жесткие переговоры.

Модуль 2. Стратегический и Операционный менеджмент

- Самосознание организации: миссия и цели.
- Организационная структура компании. Взаимосвязи и коммуникации.
- Стратегия. Виды стратегий и методы их формирования. Модели стратегического управления и планирования. Технология принятия стратегических решений.
- Реализация стратегии. Контроль исполнения.
- Сбалансированная система показателей (BSC).
- Процессное управление. Виды бизнес-процессов и их влияние на реализацию стратегии компании. Современные методы описания бизнес-процессов и их моделирование.
- Постановка бизнес-процессов и оценка их эффективности. Качество бизнес-процессов. Оптимизация бизнес-процессов.
- Безопасность бизнеса.



- Управление изменениями. Управление сопротивлением изменений.
- Управление компанией по Адизесу. Жизненный цикл компании и действия на каждом из них.
- Информационные системы управления.
- Системы управления организацией и бизнес-процессы.
- Инструменты управления качеством.

Модуль 3. Управление маркетингом. PROFESSIONAL.

- Структура маркетинговой деятельности в компании.
- Бренд-менеджмент.
- Кто наши клиенты: сегментирование, моделирование поведения покупателей, определение и развитие потребностей.
- Стратегический маркетинг. Базовые и нестандартные стратегии.
- Оценка эффективности работы маркетинговой службы компании.
- Анализ рынка: методики и технологии.
- Внутренний анализ компании: продукты, преимущества, недостатки.
- Ассортимент, ценообразование, каналы распространения продукции компании.
- Бренд-менеджмент
- Особенности работы с социальными медиа (SMM, Social Media Marketing)
- Маркетинговые исследования и анализ рынка
- Product Development – разработка и внедрение новых продуктов
- Стратегии в Digital и интернет-маркетинг
- Маркетинговые коммуникации
- Public Relation и управление репутацией бренда
- Управление рекламой и медиапланирование
- Программы лояльности



- Антикризисные стратегии маркетинга
- Разработка креативных концепций и маркетинг идей

Модуль 4. Управление продажами

- Структура продаж в компании.
- Оценка эффективности отдела продаж.
- Планирование и прогнозирование продаж в компании. Новые методики и стандарты.
- Управление каналами сбыта: филиалы, дилеры, франчайзинг. Торговые агенты и представители.
- Операционный менеджмент в управлении продажами.
- Клиентоориентированность и лояльность.
- Управление отношениями с клиентами компании. Базы данных. Ценность клиента. Управление ключевыми и VIP-клиентами.

Модуль 5. Управление персоналом

- Подбор и наем персонала.
- Адаптация персонала. Коучинг, менторинг.
- Стратегия управления персоналом в компании. Оценка кадрового потенциала.
- Организационное поведение и формирование команд.
- Оценка и аттестация персонала. Методы проведения оценки. Технология Assessment-центр.
- Развитие и обучение персонала как основа стабильно высокого кадрового уровня организации. Программы развития, подготовки и переподготовки персонала.
- Материальная и нематериальная мотивация персонала и стимулирование. Компенсационный пакет, льготы, дотации.



- Корпоративная культура и бренд работодателя. Корпоративные компетенции – основа корпоративной идеологии.

Модуль 6. Финансовый менеджмент

- Финансовый, налоговый и управленческий учет компании.
- Финансовые формы и баланс.
- Составление бюджета компании: уровни и цифры.
- Финансирование компании. Инвестиции.
- Анализ рентабельности, рисков и безубыточности компании. Оптимальная структура и возможность изменений.
- Управленческая экономика и правовая среда бизнеса.
- Финансовый анализ.

Модуль 7. Управление проектами

- Проекты в управленческой деятельности организации. Виды проектов.
- Организационный подход к управлению проектами. Цели, задачи, структура. Факторы успеха и провала. Инициаторы проекта. Руководитель проекта.
- Жизненный цикл проекта. Внутренняя и внешняя среда проекта.
- Временные рамки проекта и ресурсы.
- Команда проекта. Уровни подчинения, делегирование, нивелирование конфликтов, мотивация. Коммуникационная составляющая проекта.
- Финансирование проекта. Управление стоимостью и издержками. Привлечение инвестиций в проект.
- Управление рисками и изменениями в проекте.
- Управление качеством. Контроллинг. Отчетность. Оценка эффективности.