

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
(Финансовый университет)  
Ярославский филиал Финуниверситета

Аннотация семинара

**«Маркетинговые коммуникации»**

6 академических часов

Программа семинара «Маркетинговые коммуникации» разработана с учетом требований профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного Приказом Минтруда России от 04.06.2018 N 366н

**1.1 Цель реализации**

Программа семинара «Маркетинговые коммуникации» направлена на формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для принятия эффективных управленческих решений на основе знаний в области маркетинговых коммуникаций.

**1.2 Планируемые результаты обучения**

В результате освоения программы семинара слушатель должен:

***Знать***

- методы исследования рынка и целевых аудиторий;
- психологические методы коммуникационного воздействия;
- основные правила эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций;
- особенности и сферы применения тех или иных инструментов маркетинговых коммуникаций.

***Уметь***

- разрабатывать решения в сфере маркетинговых коммуникаций;
- организовывать работу подразделений.

***Владеть***

- навыками интегрировать возможности конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций в единый комплекс продвижения товаров и услуг на различных рынках
- приемами донесения до целевых аудиторий сути уникального торгового предложения различными методами и приемами маркетинговых коммуникаций;
- методами создания и укрепления имиджа предприятия.

в соответствии с профессиональным стандартом «Маркетолог», утвержденным Приказом Минтруда России от 04.06.2018 N 366н

<i>Код, уровень (подуровень) трудовой функции</i>	<i>Компетенции</i>	<i>Знания</i>	<i>Умения</i>
Код В уровень 7	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	– Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития – Инструменты бренд-менеджмента.	– Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; – Проводить оценку стоимости брендов организации; – Использовать инструменты проектного управления успешными брендами.

**Формы и методы обучения:**

Формат блоков программы:

- лекция спикера с демонстрацией информационно-презентационных материалов (далее – формат спикер-презентация);
- выполнение практических заданий участниками семинара в малых группах;
- ответы спикера на вопросы участников семинара, поступившие в течение лекции, прошедшие модерацию;

**Итоговая аттестация** не предусмотрена.

**Выдаваемый документ** не предусмотрен.



Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финансовый университет)

Ярославский филиал Финуниверситета

Обсуждено и одобрено  
на Ученом совете филиала

Протокол № 04  
от «21» ноября 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор  
Ярославского филиала Финуниверситета  
В.А. Кваша  
«21» ноября 2023 г.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

семинара

**«Маркетинговые коммуникации»**

(6 академических часов)

Требования к уровню образования слушателей	не установлены
Категория слушателей	Сотрудники организаций/предприятий, в чьи профессиональные обязанности входит осуществление маркетинговых коммуникаций, лица, планирующие заниматься осуществлением маркетинговой деятельности.
Срок обучения	6 академических часов
Форма обучения	очная



№№	Наименование разделов, тем	Всего, часов трудоемкости	В том числе				Самостоятельная работа	Форма контроля	
			Аудиторные занятия		Самостоятельная работа	Форма контроля			
			Всего часов	Из них					
				Теоретические занятия					Практические занятия
1.	Продвижение компании посредством маркетинговых коммуникаций	1,5	1,5	0,5	1	-	-		
2.	Виды маркетинговых коммуникаций и возможности их использования для повышения уровня продаж.	1,5	1,5	0,5	1	-	-		
3.	Влияние маркетинговых коммуникаций на формирование лояльности и повышение узнаваемости фирмы	2	2	0,5	1,5	-	-		
4.	Ответы спикера на вопросы участников семинара, поступившие в течение лекции, прошедшие модерацию	1	1	-	1	-	-		
<b>ИТОГО:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>1,5</b>	<b>4,5</b>	-	-		

#### РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ

**Леткова Елена Леонидовна**, директор по маркетингу розничной сети "Мой мясной".

#### СВЕДЕНИЯ О ПРЕПОДАВАТЕЛЯХ, УЧАСТВУЮЩИХ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

К учебному процессу привлекаются высококвалифицированные спикеры и модераторы, соответствующие следующим требованиям:

- руководители или представители профильных предприятий;
- высшее образование.

Автором программы и спикером семинара является

**Леткова Елена Леонидовна**, директор по маркетингу розничной сети "Мой мясной".

Начальник отдела ДПО



Е.В. Бурмистрова



№№	Наименование разделов, тем	Всего, часов трудоемкости	В том числе				Самостоятельная работа	Форма контроля
			Аудиторные занятия					
			Всего часов	Из них				
				Теоретические занятия	Практические занятия			
1.	Продвижение компании посредством маркетинговых коммуникаций	1,5	1,5	0,5	1	-	-	
2.	Виды маркетинговых коммуникаций и возможности их использования для повышения уровня продаж.	1,5	1,5	0,5	1	-	-	
3.	Влияние маркетинговых коммуникаций на формирование лояльности и повышение узнаваемости фирмы	2	2	0,5	1,5	-	-	
4.	Ответы спикера на вопросы участников семинара, поступившие в течение лекции, прошедшие модерацию	1	1	-	1	-	-	
<b>ИТОГО:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>1,5</b>	<b>4,5</b>	-	-	

#### РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ

**Леткова Елена Леонидовна**, директор по маркетингу розничной сети "Мой мясной".

#### СВЕДЕНИЯ О ПРЕПОДАВАТЕЛЯХ, УЧАСТВУЮЩИХ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

К учебному процессу привлекаются высококвалифицированные спикеры и модераторы, соответствующие следующим требованиям:

- руководители или представители профильных предприятий;
- высшее образование.

Автором программы и спикером семинара является

**Леткова Елена Леонидовна**, директор по маркетингу розничной сети "Мой мясной".

Начальник отдела ДПО



Е.В. Бурмистрова

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финансовый университет)  
Ярославский филиал

**3. ПРИМЕРНЫЙ КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК\***

Семинар

«**Маркетинговые коммуникации**»

Объем программы 6 академических часов.

Форма обучения: очная с использованием дистанционных образовательных технологий.

Наименование раздела	1 день	КР	СР	П	С	ПА	ИА	Всего
Продвижение компании посредством маркетинговых коммуникаций	1,5	1,5	-	-	-	-	-	1,5
Виды маркетинговых коммуникаций и возможности их использования для повышения уровня продаж.	1,5	1,5	-	-	-	-	-	1,5
Влияние маркетинговых коммуникаций на формирование лояльности и повышение узнаваемости фирмы	2	2	-	-	-	-	-	2
Ответы спикера на вопросы участников семинара, поступившие в течение лекции, прошедшие модерацию	1	1	-	-	-	-	-	1
Итого:	1,5	1,5						6

Условные обозначения	
ПА	Промежуточная аттестация
П	Практика
С	Стажировка
ИА	Итоговая аттестация
КР	Контактная работа
СР	Самостоятельная работа

\* Календарный график может быть скорректирован по согласованию с Заказчиком.