

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

Высшая школа спортивного менеджмента

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
на Ученом совете институтов и
школ дополнительного
профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию

Протокол № 24
от «21» 03 2023 г.



Е.А. Диденко
2023 г.

М.П.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
Менеджер по маркетингу и управлению продажами

Требования к уровню образования слушателей	– лица, имеющие высшее образование, лица, получающие высшее образование - лица, имеющие среднее профессиональное образование, лица, получающие среднее профессиональное образование.
Категории слушателей	- граждане, ищущие работу и обратившиеся в органы службы занятости, включая безработных граждан; граждане в возрасте 50 лет и старше; граждане предпенсионного возраста; женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте до 3-х лет, женщины, не состоящие в трудовых отношениях и имеющие детей дошкольного возраста; - сотрудники отделов маркетинга и продаж бизнес-организаций, граждане, желающие приобрести компетенции в сфере маркетинга и управления продажами
Срок обучения	трудоемкость программы 256 часа, 7 зачетных единиц, 10 недель
Форма обучения	очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения
Режим занятий	не более 8 часов в день

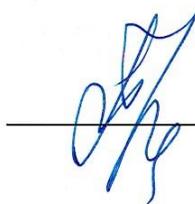
№ № п/ п	Наименование модуля	Трудоемкость		В том числе			Самостоятельная работа ¹	Форма контроля
		В зачетных единицах	В часах	Аудиторные занятия		Всего		
				Лекции ¹	Практические занятия			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
1	Дисциплина 1. Введение в маркетинг, digital маркетинг. Анализ аудитории и конкурентов.	1	36	18	4	14	18	Выполнение практического задания
2	Дисциплина 2. Разработка комплекса маркетинга организации	1	36	18	4	14	18	Выполнение практического задания
3	Дисциплина 3. Разработка маркетинговой стратегии, основанной на ценности	1	36	18	4	14	18	Выполнение практического задания
4	Дисциплина 4. Продажи, их виды и особенности.	1	72	36	8	28	36	Выполнение практического задания
5	Дисциплина 5 Продажи на различных этапах. Клиентский опыт	1	36	18	4	14	18	Выполнение практического задания
6	Дисциплина 6. Организация работы подразделения продаж.	1	36	18	8	10	18	Выполнение практического задания
8	Итоговая аттестация		4	4		4		Защита итогового практического задания
9	Общая трудоемкость программы	7	256	130	32	98	126	

¹С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Программа разработана преподавателями: Кирпиичева Мария Александровна, к. эк. наук, начальник Управления маркетинга Финансового университета; Прокудина Ольга Викторовна, директор Высшей школы спортивного менеджмента.

Директор Высшей школы
спортивного менеджмента

«20» 03 2023 г.



О.В. Прокудина