Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат: 025B3AE00099B2A2B548158CFF985138BF
Владелец: АНО ВО «Российский новый университет»
Действителен: с 07.03.2025 по 07.06.2026

Автономная некоммерческая организация высшего образования

«Российский новый университет»

(АНО ВО «Российский новый университет»)

Центр дополнительного образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по качеству
образования и аккредитации
_____ Лобанова Е.В.
«26» декабря 2025 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА - ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

«Цифровой бизнес и электронная торговля»

Объем программы: 516 часов

Москва

1. Общая характеристика программы

1.1. Дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки направлена на получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области цифрового бизнеса и электронной торговли.

Целью программы является формирование у слушателей комплексных знаний и практических компетенций для эффективного ведения и управления бизнесом в цифровой среде, включая освоение фундаментальных экономических и управленческих дисциплин, стратегического менеджмента, управления проектами и изменениями, а также специализированных инструментов цифрового маркетинга и электронной коммерции.

По итогам успешного прохождения образовательной программы «Цифровой маркетинг» слушателям присваивается квалификация «Менеджер цифровых трансформаций».

1.2. Нормативно-правовые акты, регламентирующие разработку дополнительной образовательной программы:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Минобрнауки РФ от 24.03.2025 г. № 266;

- Устав Автономной некоммерческой организации высшего образования «Российский новый университет»;

- Локально - нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность по дополнительным образовательным программам;

1.3. Программа профессиональной переподготовки разработана с учетом требований:

- профессионального стандарта «Бизнес-аналитик», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 25 сентября 2018 г. N 592 н;

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 N 970 (далее – ФГОС ВО).

1.4. Категория обучающихся: лица, имеющие или получающие высшее, или среднее профессиональное образование.

Срок освоения программы: 516 акад. часа (26 недель - 6 месяцев).

Возможно сокращение срока освоения программы по запросу студента:

до 13 недель (3 месяца).

Режим обучения: 5 дней в неделю, от 4 до 8 акад. часов в день.

Форма обучения: заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Формы аттестации обучающихся: промежуточная и итоговая аттестация в форме зачетов и экзаменов.

Документ о квалификации: лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной переподготовке, образца, установленного АНО ВО «Российский новый университет».

1.5. Цель программы: получение и совершенствование компетенций необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области – Цифрового бизнеса и электронной торговли.

Слушатель, освоивший программу профессиональной переподготовки, в соответствии с целью программы профессиональной переподготовки, на которые ориентирована программа, должен быть готов решать следующие **профессиональные задачи:**

- Проводить экономический анализ рыночной среды, моделировать поведение субъектов рынка и оценивать макроэкономические показатели для обоснования бизнес-решений в цифровой сфере.
- Планировать, организовывать и контролировать реализацию проектов в области цифровизации бизнеса, управляя их жизненным циклом, ресурсами, рисками и коммуникациями.
- Разрабатывать и реализовывать комплексные маркетинговые стратегии, включая сегментирование рынка, товарную политику, ценообразование и коммуникации для продвижения товаров и услуг.
- Анализировать исторические тенденции и применять современные теории менеджмента для эффективной организации деятельности предприятия, выполнения функций управления и принятия обоснованных решений.
- Использовать современные технологии и методы для диагностики проблем, генерации альтернатив, оценки рисков и обеспечения эффективной реализации управленческих решений в бизнесе.
- Формулировать стратегию развития компании, проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды, управлять стратегическими изменениями и оценивать конкурентоспособность организации.
- Инициировать, планировать и проводить организационные изменения, диагностировать организационную культуру и структуру, применять инструменты реструктуризации для адаптации бизнеса к изменениям среды.

- Осуществлять анализ, планирование и рациональное управление всеми видами ресурсов организации (материальными, финансовыми, трудовыми, интеллектуальными) для повышения эффективности деятельности.
- Разрабатывать и внедрять стратегии цифрового маркетинга, используя инструменты интернет-продвижения, маркетинговых исследований в сети, SMM, email-маркетинга и веб-аналитики.
- Создавать и развивать бизнес-модели в сети Интернет, организовывать деятельность интернет-предприятий, электронную торговлю, выбирать и внедрять платежные системы, разрабатывать стратегии цифровой трансформации.

2. Планируемые результаты обучения:

В результате освоения данной программы в соответствии с ее целью и задачами профессиональной деятельности, слушатель должен обладать всеми профессиональными компетенциями (ПК), отнесенными к соответствующему виду профессиональной деятельности (ВД):

Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций

Дисциплина 1: Экономическая теория

ВД 1: Экономический анализ рыночной среды и макроэкономических процессов для обоснования решений в сфере цифрового бизнеса.

- **ПК 1.1:** Способен анализировать поведение субъектов рынка, факторы спроса и предложения, издержки фирмы и макроэкономические показатели для оценки условий ведения цифрового бизнеса.
- **ПК 1.2:** Владеет методами микро- и макроэкономического моделирования, расчета ключевых индикаторов (ВВП, инфляция) и интерпретации экономических данных для поддержки управленческих решений.

Дисциплина 2: Управление проектами

ВД 2: Управление проектами цифровизации и электронной коммерции на протяжении всего жизненного цикла.

- **ПК 2.1:** Способен планировать проект, определяя его цели, структуру, календарный график и потребность в ресурсах с использованием методов сетевого моделирования и декомпозиции работ.
- **ПК 2.2:** Владеет методами идентификации, анализа и реагирования на проектные риски, а также инструментами управления коммуникациями и командой проекта.

Дисциплина 3: Маркетинг

ВД 3: Разработка и реализация комплексной маркетинговой стратегии для цифровых продуктов и услуг.

- **ПК 3.1:** Способен проводить сегментирование рынка, выбирать целевые сегменты и позиционировать товар с учетом специфики цифровой среды**.**
- **ПК 3.2:** Владеет методами формирования товарной, ценовой политики и комплекса маркетинговых коммуникаций (реклама, PR, стимулирование сбыта) для продвижения на рынке.

Дисциплина 4: История и теория менеджмента

ВД 4: Организация деятельности и управление предприятием на основе современных теорий и функций менеджмента.

- **ПК 4.1:** Способен применять общие функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль) в практике управления современным предприятием.
- **ПК 4.2:** Владеет навыками эффективных коммуникаций, методами разрешения конфликтов и основными подходами к принятию управленческих решений.

Дисциплина 5: Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом

ВД 5: Обеспечение качества и эффективности процесса принятия и реализации управленческих решений.

- **ПК 5.1:** Способен диагностировать управленческие проблемы, генерировать альтернативные варианты решений и проводить их оценку с использованием экспертных и критериальных методов.
- **ПК 5.2:** Владеет технологиями и методами организации, контроля и мотивации реализации управленческих решений, а также оценки их эффективности.

Дисциплина 6: Стратегический менеджмент

ВД 6: Формирование и реализация стратегии развития компании в условиях цифровой трансформации.

- **ПК 6.1:** Способен проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды организации, определять стратегические цели и направления развития.
- **ПК 6.2:** Владеет инструментарием стратегического менеджмента (отраслевой и конкурентный анализ, матричные методы) для выбора, реализации и корректировки стратегии компании.

Дисциплина 7: Организация бизнеса и управление изменениями

ВД 7: Инициация, планирование и проведение организационных изменений для адаптации бизнеса к динамичной среде.

- **ПК 7.1:** Способен диагностировать необходимость изменений, анализировать организационную культуру и структуру, выявлять причины сопротивления преобразованиям.
- **ПК 7.2:** Владеет моделями управления изменениями, методами организационной диагностики (STEP, SWOT, анализ поля сил) и инструментами проведения реструктуризации.

Дисциплина 8: Анализ и управление ресурсами организации

ВД 8: Эффективное управление материальными, финансовыми, трудовыми и интеллектуальными ресурсами организации.

- **ПК 8.1:** Способен анализировать потребность, оценивать эффективность использования и планировать различные виды ресурсов предприятия.
- **ПК 8.2:** Владеет методами нормирования ресурсов, основами бизнес-планирования и пониманием принципов работы современных систем управления ресурсами (ERP).

Дисциплина 9: Цифровой маркетинг

ВД 9: Планирование и реализация маркетинговой деятельности с использованием цифровых инструментов и каналов.

- **ПК 9.1:** Способен разрабатывать стратегии цифрового маркетинга, планировать и проводить кампании с использованием инструментов поискового, контекстного маркетинга и SMM.
- **ПК 9.2:** Владеет методами проведения онлайн-маркетинговых исследований, инструментами email-маркетинга и веб-аналитики для оценки и оптимизации эффективности digital-кампаний.

Дисциплина 10: Цифровой бизнес и электронная торговля

ВД 10: Создание, развитие и управление бизнес-моделями в сети Интернет, организация электронной торговли.

- **ПК 10.1:** Способен разрабатывать бизнес-модели для электронной коммерции, организовывать операционную деятельность интернет-предприятия и управлять интернет-проектами.

- **ПК 10.2:** Владеет знаниями в области электронных платежных систем, практикой создания интернет-магазинов и методологией разработки стратегий цифровой трансформации бизнеса.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки слушатель должен **знать:**

1. Фундаментальные экономические законы, принципы функционирования рынков, поведение потребителей и фирм, макроэкономические показатели и роль государства в экономике.

2. Методологию, стандарты, процессы и функции управления проектами, методы календарного планирования, управления рисками, персоналом и коммуникациями в проектной деятельности.

3. Социально-экономические основы, концепции и комплекс маркетинга, методы сегментирования рынка, позиционирования товара, формирования товарной, ценовой и коммуникационной политики.

4. Исторические этапы развития менеджмента, общую теорию управления, функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль), сущность и технологию принятия управленческих решений.

5. Теоретические основы, технологию, методы анализа проблем, диагностики, генерации альтернатив, оценки, выбора и реализации управленческих решений, а также критерии их эффективности.

6. Методологические основы, процесс, инструментарий стратегического менеджмента, методы стратегического анализа, формирования и реализации стратегии компании, управления стратегическими изменениями.

7. Закономерности развития организаций, сущность, модели и принципы управления изменениями, инструменты организационной диагностики, роль организационной культуры и методы реструктуризации.

8. Классификацию, характеристики и современные подходы к управлению ресурсами организации (материальными, финансовыми, трудовыми, интеллектуальными), методы их анализа, планирования и оценки эффективности использования.

9. Основы сетевой экономики, содержание инструментов комплекса цифрового маркетинга (поисковый, контекстный, SMM, email-маркетинг), методы проведения онлайн-маркетинговых исследований и веб-аналитики.

10. Сущность цифровой трансформации, модели и методы ведения электронного бизнеса и коммерции, виды сетевого бизнеса, особенности платежных систем, стратегию создания новых бизнес-модель на основе цифровизации.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки слушатель должен **уметь:**

1. Анализировать рыночную конъюнктуру, моделировать спрос и предложение, оценивать издержки фирмы и интерпретировать ключевые макроэкономические индикаторы для принятия бизнес-решений.

2. Формулировать цели проекта, разрабатывать его календарный план и структурную декомпозицию, идентифицировать и оценивать риски, выстраивать эффективные коммуникации в проектной команде.

3. Сегментировать рынок и позиционировать товар, формировать товарный ассортимент и политику ценообразования, разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинговых коммуникаций.

4. Применять функции менеджмента на практике, выбирать эффективные стили руководства, использовать различные подходы и методы для подготовки и принятия качественных управленческих решений.

5. Диагностировать управленческие проблемы, генерировать альтернативные варианты решений, проводить их сравнительную оценку с учетом рисков и организовывать процесс реализации выбранного решения.

6. Проводить анализ внешней и внутренней среды организации, формулировать стратегические цели компании, выбирать и обосновывать конкурентную стратегию, управлять процессом стратегических изменений.

7. Диагностировать необходимость и планировать организационные изменения, анализировать организационную культуру и структуру, преодолевать сопротивление изменениям, применять инструменты реструктуризации.

8. Оценивать потребность в ресурсах, анализировать эффективность их использования, планировать ресурсное обеспечение деятельности организации, применять современные системы ресурсного планирования (ERP).

9. Планировать и проводить маркетинговые исследования в интернете, разрабатывать и запускать кампании в digital-среде (контекстная реклама, SMM, email-рассылки), анализировать их эффективность с помощью инструментов веб-аналитики.

10. Разрабатывать бизнес-модели для электронной коммерции, организовывать работу интернет-магазина, выбирать и интегрировать электронные платежные системы, формировать дорожную карту цифровой трансформации бизнеса.

В результате освоения дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки слушатель должен **иметь практический опыт (владеть):**

1. Навыками экономического анализа микро- и макроэкономической среды для оценки возможностей и угроз цифрового бизнеса.
2. Методами и инструментами проектного управления для успешной реализации инициатив в области цифровизации и электронной торговли.
3. Технологиями разработки и реализации маркетинговых стратегий и комплекса маркетинга для продвижения продуктов и услуг на цифровых рынках.
4. Навыками применения основных функций менеджмента и современными подходами к принятию обоснованных управленческих решений в бизнесе.
5. Методами диагностики проблем, факторного анализа, прогнозирования и экспертных оценок для разработки эффективных управленческих решений.
6. Инструментарием стратегического анализа (SWOT, PEST, анализ конкурентных сил) и методами формирования портфеля стратегий для управления развитием компании.
7. Методами организационной диагностики (анализ поля сил, схема Исикавы) и управления изменениями для проведения преобразований в организации.
8. Методиками анализа и нормирования различных видов ресурсов, навыками бизнес-планирования и работы с современными системами управления ресурсами предприятия.
9. Практическими навыками работы с ключевыми инструментами цифрового маркетинга: настройки контекстной рекламы, ведения социальных сетей, проведения email-кампаний, анализа данных в системах веб-аналитики.
10. Навыками создания и управления интернет-магазином, работы с электронными торговыми площадками, интеграции платежных систем и разработки стратегических планов цифровой трансформации бизнес-модели.

3. Формы аттестации

Формами аттестации слушателей по программе профессиональной переподготовки являются: промежуточная и итоговая аттестация.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов и экзаменов, предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Оценивание результатов формирования компетенций в рамках дисциплины у слушателей осуществляется по промежуточной аттестации.

Итоговая аттестация слушателей по программе профессиональной переподготовки включает итоговый экзамен.

4. Документ об обучении (образовании)

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной переподготовке, образца, установленного РосНОУ с присвоением квалификации «Менеджер цифровых трансформаций».

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования диплом о профессиональной переподготовке выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании и о квалификации.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лица освоившим часть дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому организацией.

5. Учебный план

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки «Цифровой бизнес и электронная торговля»

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего акад. час.	В том числе				Форма контроля	Формируемые компетенции
			лекции	практика	сам. раб	аттестация		
1	Экономическая теория	38	8	4	24	2	Экзамен	ПК 1.1 ПК 1.2
2	Управление проектами	32	6	4	20	2	Зачет	ПК 2.1 ПК 2.2
3	Маркетинг	48	10	6	30	2	Экзамен	ПК 3.1 ПК 3.2
4	История и теория менеджмента	48	10	6	30	2	Экзамен	ПК 4.1 ПК 4.2
5	Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом	32	6	4	20	2	Зачет	ПК 5.1 ПК 5.2
6	Стратегический менеджмент	48	10	6	30	2	Экзамен	ПК 6.1 ПК 6.2
7	Организация бизнеса и управление изменениями	38	8	4	24	2	Экзамен	ПК 7.1 ПК 7.2

8	Анализ и управление ресурсами организации	72	14	8	48	2	Экзамен	ПК 8.1 ПК 8.2
9	Цифровой бизнес и электронная торговля	102	20	10	70	2	Экзамен	ПК 9.1 ПК 9.2
10	Цифровой маркетинг	54	10	6	36	2	Экзамен	ПК 10.1 ПК 10.2
11	Итоговая аттестация	4	0	0	0	4	Итоговый экзамен	
	ИТОГО:	**516**	**102**	**58**	**332**	**24**		

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут. Занятия проходят с применением дистанционных образовательных технологий.

6. Календарный учебный график

Календарный учебный график – локальный документ, регламентирующий организацию образовательного процесса при реализации программы дополнительного профессионального образования – программы профессиональной переподготовки.

Календарный учебный график разрабатывается и утверждается на каждую образовательную программу. Образовательный период по программе начинается по факту зачисления обучающегося на конкретную образовательную программу. Днем зачисления считается день акцептования слушателем договора оферты на сайте https://dpo-rosnou.ru и выполнения им установленных локальных нормативных актов по условиям приема в АНО ВО «Российский новый университет».

Первым днем, первой недели обучения, считается день зачисления слушателей на обучение по данной образовательной программе. Количество учебных часов в неделю не может превышать 40 акад. часов. Завершение учебного процесса согласно календарному учебному графику.

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

программы профессиональной переподготовки

«Цифровой бизнес и электронная торговля»

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего акад. час.	График обучения (неделя - кол-во акад. час)
1	Экономическая теория	38	1 нед - 20 2 нед - 18
2	Управление проектами	32	2 нед - 2

			3 нед - 20 4 нед - 10
3	Маркетинг	48	4 нед - 10 5 нед - 20 6 нед - 18
4	История и теория менеджмента	48	6 нед - 2 7 нед - 20 8 нед - 20 9 нед - 6
5	Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом	32	9 нед - 14 10 нед - 18
6	Стратегический менеджмент	48	10 нед - 2 11 нед - 20 12 нед - 20 13 нед - 6
7	Организация бизнеса и управление изменениями	38	13 нед - 14 14 нед - 20 15 нед - 4
8	Анализ и управление ресурсами организации	72	15 нед - 16 16 нед - 20 17 нед - 20 18 нед - 16
9	Цифровой бизнес и электронная торговля	102	18 нед - 4 19 нед - 20 20 нед - 20 21 нед - 20 22 нед - 20 23 нед - 18
10	Цифровой маркетинг	54	23 нед - 2 24 нед - 20 25 нед - 20 26 нед - 12
11	Итоговая аттестация	4	26 нед - 4
	ИТОГО	**516**	**26 нед**

7. Содержание программ дисциплин (модулей) учебного курса

Рабочие программы дисциплин (модулей) представлены по каждой дисциплине (модулю) учебного курса «Цифровой бизнес и электронная торговля»:

Содержание программы по дисциплине 1:

Экономическая теория

Лекция 1. Этапы развития экономической теории

Предмет и метод экономической теории. Функции экономической теории и её место среди общественных наук. Этапы развития экономической теории. Потребности, ресурсы и общественное производство. Фундаментальные проблемы экономики и

производственные возможности. Собственность и её формы. Экономические системы и их типы.

Лекция 2. Субъекты экономики, факторы производства. Деньги

Субъекты экономики и их взаимодействие. Факторы производства. Производственная функция и производительность. Сферы экономической деятельности и кругооборот. Воспроизводство и его виды. Сущность и функции денег.

Лекция 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие

Сущность и структура рынка. Спрос и его характеристики. Предложение на товарных рынках. Рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения.

Лекция 4. Поведение потребителей в рыночной экономике

Полезность и ее значение в экономике. Предельная полезность и ее закон. Кривые безразличия и их свойства. Бюджетные ограничения потребителя. Рациональный потребитель и максимизация полезности. Кривые доход-потребление и цена-потребление. Эффекты дохода и замещения.

Лекция 5. Фирма в рыночной экономике

Фирма как хозяйствующий субъект. Издержки фирмы: классификация и особенности. Виды издержек и их анализ. Эффект масштаба производства. Конкуренция и монополия в рыночной экономике.

Лекция 6. Рынки факторов производства

Значение и особенности рынков факторов производства. Рынок труда и заработная плата. Распределение доходы и социальное неравенство. Капитал как фактор производства. Земля как фактор производства.

Лекция 7. Национальная экономика и ее основные показатели

Введение в макроэкономику. Агрегирование и модели в макроэкономике. Международная система национальных счетов. Валовой внутренний продукт (ВВП). Валовой национальный продукт и чистые продукты. Национальный доход и доходы домохозяйств. Национальное богатство.

Лекция 8. Макроэкономическое равновесие

Совокупный спрос и его факторы. Совокупное предложение и его особенности. Макроэкономическое равновесие. Равновесие товарного рынка. Механизм мультипликатора и модель «доходы-расходы».

Лекция 9. Макроэкономическая нестабильность. Цикличность экономического роста

Экономический рост и его измерение. Инфляция: сущность и причины. Инфляция и макроэкономическое равновесие. Антиинфляционная политика. Экономические циклы и их характеристики. Причины цикличности и антициклическая политика.

Лекция 10. Государство в рыночной экономике

Государство как субъект рыночной экономики. Объекты и направления государственного регулирования. Фискальная политика и ее содержание. Формы фискальной политики. Налоговая система и кривая Лаффера. Государственный бюджет.

Содержание программы по дисциплине 2:

Управление проектами

Лекция 1. Введение в управление проектами

Цели, задачи и структура курса. История управления проектами. Система стандартов в области управления проектами. Проект, программа и их классификация. Цели, стратегии и структуры проекта. Жизненный цикл и фазы проекта. Стейкхолдеры и организационная структура управления проектами.

Лекция 2. Процессы и функции управления проектами

Понятие и типы процессов в управлении проектами. Проектирование как прогноз создаваемой организации. Экспертные системы и инвестиционное проектирование. Процессы управления проектами. Функции управления проектами. Корпоративная система управления проектами.

Лекция 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта

Целеполагание в проектах. Календарное планирование. Сетевая модель и структурная декомпозиция. Инструменты контроля проекта.

Лекция 4. Управление рисками проекта

Понятие и классификация рисков. План управления рисками. Идентификация и анализ рисков. Планирование реагирования на риски. Методы оценки рисков проекта. Мониторинг и контроль рисков.

Лекция 5. Управление персоналом и коммуникациями проекта

Основы управления персоналом в проекте. Развитие и мотивация команды. Распределение ролей в команде. Управление коммуникациями в проекте. Административное завершение и план коммуникаций.

Содержание программы по дисциплине 3:

Маркетинг

Лекция 1. Социально-экономические основы маркетинга

Социально-экономическая сущность маркетинга. Основные категории маркетинга. Концепции маркетинга. Цели и задачи маркетинговой деятельности. Сферы распространения маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс).

Лекция 2. Сегментирование рынка и позиционирование товара

Сущность и роль сегментирования рынка. Принципы и подходы к сегментированию рынка. Сегментирование потребительских рынков. Критерии выбора целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара на рынке.

Лекция 3. Товарная политика и товародвижение

Сущность и цели товарной политики. Классификация товаров и услуг. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент и номенклатура. Разработка новых товаров. Марка, упаковка и сервисное обслуживание. Каналы распределения товаров и услуг. Структура и управление товародвижением.

Лекция 4. Политика и методы ценообразования

Сущность и функции цены в маркетинге. Проблемы и условия ценообразования. Анализ спроса и конкуренции. Методы и процесс ценообразования. Стратегии и тактики ценообразования. Ценовая политика и ценовая конкуренция.

Лекция 5. Маркетинговая коммуникация

Сущность и элементы маркетинговой коммуникации. Процесс разработки маркетинговой коммуникации. Реклама как инструмент маркетинговой коммуникации. Стимулирование сбыта и его особенности. Пропаганда (PR) и ее роль в маркетинге. Личная продажа и управление комплексом стимулирования.

Содержание программы по дисциплине 4:

История и теория менеджмента

Лекция 1. Природа управления и исторические тенденции его развития

Сущность природы управления. Понятие «менеджмент» и его отличие от термина «управление». Менеджмент как наука, искусство, функция, процесс и аппарат управления. Исторические этапы развития управления (управленческие революции). Объекты и субъекты управления. Подходы к управлению. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности.

Лекция 2. Этапы и школы в истории менеджмента

Управленческие революции как фундамент развития менеджмента. Первая, вторая и третья управленческие революции. Четвёртая и пятая управленческие революции. Основные школы научного менеджмента начала XX века. Количественная школа и школа науки управления. Развитие теории и практики менеджмента в России.

Лекция 3. Общая теория управления. Закономерности управления различными системами

Потребность и необходимость в управлении. Сущность менеджмента. Организация как объект управления. Позиция управления в организации. Вертикальное и горизонтальное разделение труда. Значение изучения и учета внешней среды при управлении. Переменные внутренней среды организации. Взаимосвязь внешней и внутренней среды. Ресурсы и эффективность управления.

Лекция 4. Функции менеджмента

Общие функции менеджмента и их взаимосвязь. Планирование как функция менеджмента. Стратегическое планирование и его инструменты. Организация как

функция менеджмента. Мотивация как функция менеджмента. Контроль как функция менеджмента.

Лекция 5. Управленческие решения в системе менеджмента

Сущность и роль управленческих решений в менеджменте. Основные подходы к принятию управленческих решений. Структура и этапы процесса принятия управленческих решений. Классификация управленческих решений. Условия и факторы качества управленческих решений. Черты эффективного управленческого решения.

Лекция 6. Коммуникации в системе менеджмента

Сущность и цели коммуникаций в организации. Виды и формы коммуникаций. Процесс коммуникаций в организации. Деловые коммуникации и их особенности. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента. Эффективные коммуникации и пути их совершенствования.

Лекция 7. Социально-психологические аспекты менеджмента

Работа и личностные качества современного менеджера. Власть, влияние и их формы в менеджменте. Руководство и лидерство: понятия и различия. Стиль руководства и имидж менеджера. Этика современного бизнеса. Управление конфликтами, стрессами и организационными изменениями.

Лекция 8. Особенности управления предприятием в современных условиях

Цели и задачи управления предприятием. Характеристика целей по критериям SMART. Продолжение критериев SMART и правила постановки целей. Эффективность достижения целей и система стратегического управления. Особенности работы менеджера в кризисной ситуации. Особенности инновационного менеджмента.

Лекция 9. Оценка эффективности менеджмента

Общее понятие эффективности менеджмента. Эффективность управления как результативность и экономичность. Показатели и критерии эффективности менеджмента. Удовлетворённость работой как социальный критерий эффективности. Степень конфликтности и адаптивность как критерии эффективности. Системное исследование и комплексная оценка эффективности управления.

Лекция 10. Современные проблемы и перспективы менеджмента

Профессионализация менеджера: базовые определения и историческая эволюция. Личные и деловые качества менеджера в современном мире. Стили руководства, роли и уровни управления. Этика и имидж. Новые стандарты бизнеса и инновационные подходы к мотивации. Антикризисные технологии и новые методы принятия решений. Новые организационные структуры и управление в цифровой экономике.

Содержание программы по дисциплине 5:

Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом

Лекция 1. Теоретические основы принятия управленческих решений в организации

Управленческие решения в процессе управления. Понятие управленческой проблемы и роль решения в деятельности менеджера. Построение дерева решений и классификация управленческих решений. Требования к качеству и эффективности управленческих решений. Обеспечение сопоставимости альтернативных вариантов. Методы получения информации и учет рисков в принятии решений.

Лекция 2. Технология разработки и реализации управленческих решений: методы анализа проблем

Этапы и организация процесса разработки решения. Информационное обеспечение процесса разработки решения. Методы оптимизации решений и требования к оформлению. Система учета, контроля и мотивации реализации решений. Методы анализа управленческих решений. Метод цепных подстановок.

Лекция 3. Технология разработки и реализации управленческих решений: методы диагностики проблем

Общая характеристика методов диагностики проблем. Методы декомпозиции проблем и метод сравнений. Факторный анализ и методы моделирования. Методы прогнозирования и ситуационного анализа. Формы прогнозирования и виды прогнозов. Специфические методы прогнозирования.

Лекция 4. Методы генерации альтернатив

Общая характеристика метода генерации альтернатив. Методы активизации мышления. Дополнительные методы активизации мышления. Методы соединения альтернатив. Общая характеристика методов оценки и выбора альтернатив. Экспертные и критериальные методы оценки альтернатив.

Лекция 5. Методы реализации решений

Методы планирования реализации решений. Методы организации реализации решений. Методы контроля реализации решений. Эффективность управленческих решений и ее составляющие. Дополнительные методы измерения эффективности.

Содержание программы по дисциплине 6:

Стратегический менеджмент

Лекция 1. Методологические основы стратегического менеджмента

Введение в стратегический менеджмента. Понятие стратегии. Концепция стратегического менеджмента. Причины, препятствующие развитию стратегического менеджмента. Системный подход как основа разработки стратегии. Развитие инструментария системного анализа. Теория принятия решений.

Лекция 2. Процесс стратегического менеджмента: основные этапы

Задачи стратегического менеджмента. Модель стратегического состояния организации. Стратегическое планирование. Процесс стратегического планирования. Значение маркетинга в стратегических планах. Проблемы стратегического планирования.

Лекция 3. Стратегия фирмы и ее основные составляющие

Определение направлений развития компании. Установление целей развития компании. Разработка стратегии. Факторы, влияющие на формирование стратегии. Управление процессом формирования стратегии. Реализация стратегии и контроль за ее исполнением. Значение организационной культуры и корректировка стратегии.

Лекция 4. Инструментарий стратегического менеджмента

Место и содержание отраслевого и конкурентного анализа. Методы исследования окружающей среды и проведение анализа отрасли. Стратегическая важность ключевых экономических характеристик и анализ конкурентных сил. Определение стратегии конкурентов, ключевые факторы успеха и перспективы отрасли. Анализ состояния компании и количественная оценка. Процедура анализа и выбора стратегических позиций, матричный анализ портфеля. Управление стратегическим набором и пять ступеней ситуационного анализа.

Лекция 5. Управление в условиях стратегических изменений

Управление стратегическими задачами в реальном масштабе времени. Система управления стратегическими задачами. Управление в условиях стратегических изменений и сопротивление. Подходы к управлению в условиях спонтанных изменений. Методы управления сопротивлением и спонтанными изменениями. Направления управленческого обеспечения организационных изменений.

Содержание программы по дисциплине 7:

Организация бизнеса и управление изменениями

Лекция 1. Исследования современной среды бизнеса

Новые направления в стратегическом мышлении. Современная среда бизнеса. Модель 3 «С». Внешние причины организационных изменений. Цели развития. Роль стратегического менеджмента в обеспечении организационных изменений.

Лекция 2. Закономерности развития организаций

Виды моделей организационных изменений. Модель управления изменениями Л. Грейнера. Модель жизненного цикла И. Адизеса. Патологии и болезни роста организаций.

Лекция 3. Сущность, цели и принципы управления изменениями

Понятия и история развития организационных изменений. Классификация организационных изменений. Компоненты процесса преобразований. Причины и последствия крупных перемен в организации. Причины индивидуального и группового сопротивления. Системное сопротивление: зависимость сопротивления от управленческой компетенции. Природа спонтанных изменений, адаптивные изменения.

Лекция 4. Организационные изменения: понятие, модели, управление

Понятие организационных изменений. Модели организационных изменений. Управление изменениями. Сопротивление изменениям. Факторы успеха организационных изменений. Риски и барьеры в организационных изменениям.

Лекция 5. Инструменты проведения организационных изменений

Организационная адаптация и изменение. Понятие об организационной диагностике. Методы диагностики организационных изменений. Методы организационного анализа: STEP-анализ и SWOT-анализ. Методы организационного анализа: причинно-следственная схема Исикавы и анализ поля сил К. Левина. Методы организационного анализа: системная карта и схема «входа-выхода». Выбор методов диагностики и анализа при изменениях в организации.

Лекция 6. Роль организационной культуры и структуры в управлении изменениями

Диагностика организационной культуры. Содержание организационной культуры. Организационное развитие как метод изменения организационной культуры. Классификация организационных культур. Фирменные стандарты как часть корпоративной культуры; Компоненты корпоративной культуры. Стадии развития корпоративной культуры. Адаптирующаяся организационная культура.

Лекция 7. Реструктуризация организации

Три области проведения структурных преобразований. Реинжиниринг бизнес-процессов. Условия проведения реструктуризации. Этапы проведения реструктуризации. Концепция обучающейся организации: индивидуальное и организационное обучение. Лидерство в процессе изменений и создании обучающейся организации.

Содержание программы по дисциплине 8:

Анализ и управление ресурсами организации

Лекция 1. Содержание управления ресурсами организации

Исторические истоки управления ресурсами. Сущность и базовые понятия ресурсов организации. Классификация ресурсов предприятия. Характеристика основных видов ресурсов. Основы процесса управления ресурсами. Практика управления ключевыми ресурсными группами. Современные подходы и проблемы в управлении ресурсами.

Лекция 2. Управление материальными ресурсами

Понятие и экономическая сущность материальных ресурсов. Классификация и виды материальных ресурсов предприятия. Методы формирования и нормирования материальных ресурсов. Система управления материальными ресурсами: функции и процессы. Регламентация управления: этапы и разработка Положения. Управление группами запасов и аналитические инструменты.

Лекция 3. Финансовые ресурсы

Понятие, сущность и состав финансовых ресурсов предприятия. Капитал предприятия: структура и источники формирования. Источники формирования основного и оборотного капитала. Прибыль как источник и критерий эффективности. Инновационный аспект и управление в условиях риска.

Лекция 4. Трудовые и человеческие ресурсы

Сущность и структура трудовых ресурсов организации. Трудовой потенциал: основа эффективности. Переход к экономике знаний: человеческий капитал. Интеллектуальный капитал как ключевой актив. Инвестиции в развитие человеческого капитала. Управление нематериальными активами и интеллектуальной собственностью.

Лекция 5. Анализ и оценка ресурсов

Система информационного обеспечения как основа анализа. Маркетинговая деятельность и исследование рынка. Товарная политика и жизненный цикл товара. Формирование ценовой политики предприятия. Ценовые стратегии как инструмент маркетинга. Сущность и детерминанты конкурентоспособности предприятия. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.

Лекция 6. Планирование ресурсов

Сущность и система планирования на предприятии. Методы и система планов предприятия. Бизнес-планирование: сущность и роль. Производственный и организационный контекст планирования. История и сущность современных систем планирования (MRP, MRP II, ERP). ERP-система: структура, преимущества и недостатки.

Лекция 7. Проблемы и подходы к управлению ресурсами организации

Сущность и проблемы рационального использования ресурсов. Производственные возможности, эффективность и фундаментальные законы. Определение потребности и система показателей ресурсоемкости. Стратегия и факторы ресурсосбережения на предприятии. Нормирование ресурсов как основа эффективного управления.

Лекция 8. Новые методы управления ресурсами в современной мировой практике

Информационная экономика и общество: сущность и этапы становления. От информации к знаниям: управление ключевыми ресурсами. Стратегия и практика коммерциализации интеллектуальной собственности. Управление интеллектуальной собственностью как нематериальным активом.

Содержание программы по дисциплине 9:

Цифровой маркетинг

Лекция 1. Сетевая экономика и особенности ведения бизнеса в ней

От цифровой к сетевой экономике: сущность и базис. Бизнес-модели новой эпохи: виртуальная корпорация и Индустрия 4.0. Маркетинг как философия бизнеса в цифровой среде. Инструменты и каналы Digital-маркетинга.

Лекция 2. Содержание инструментов комплекса цифрового маркетинга

Цифровой маркетинг: основы, планирование и этика. Инструменты привлечения трафика: поисковый и контекстный маркетинг. Инструменты вовлечения и коммуникации в социальных сетях. Стратегия и тактика в интернет-среде: товар, цена, продвижение. Электронная коммерция как результат.

Лекция 3. Методы проведения маркетинговых исследований и поиска информации в сети Интернет

Онлайн-исследования: сущность, преимущества и задачи. Методы качественных онлайн-исследований: фокус-группы. Формирование выборки и привлечение респондентов в онлайн-среде. Принципы и правила проектирования эффективных онлайн-анкет. Классификация и методы онлайн-маркетинговых исследований. Поиск информации в Интернете для маркетинговых исследований.

Лекция 4. Содержание и виды инструментов комплекса интернет-продвижения: E-mail маркетинг

Сущность, особенности и правовые основы email-маркетинга. Формирование и сегментация базы контактов. Типология и подготовка контента для email-рассылок. Автоматизация, тестирование и анализ эффективности. Корпоративный сайт как основа интернет-продвижения. Инструменты поискового маркетинга.

Лекция 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа

Социальные сети как маркетинговая среда: сущность, эволюция и типология. Стратегия и аналитика SMM: от исследования до контент-плана. Инструментарий SMM: создание контента, вовлечение и аналитика. Продвижение в ключевых социальных сетях: ВКонтакте и Instagram. Продвижение в дополнительных платформах: Одноклассники, видеохостинги и мессенджеры. Интеграция SMM в комплекс продвижения: вирусная реклама, SEO и оценка эффективности.

Лекция 6. Веб-аналитика в интернет-маркетинге

Сущность, задачи и базовые понятия веб-аналитики. Источники трафика и инструменты их отслеживания. Технологии сбора данных и современные аналитические системы. Анализ эффективности сайта и поведенческих факторов. Парадигма Trinity и комплексный подход к анализу данных. Практическое применение веб-аналитики для оптимизации и тестирования.

Содержание программы по дисциплине 10:

Цифровой бизнес и электронная торговля

Лекция 1. Обзор цифровых технологий и цифровая трансформация

Сущность и движущие силы цифровой трансформации. Технологическое ядро трансформации: Индустрия 4.0 и большие данные. Специализированные технологии и их роль в новой экономике. Практика реализации: от стратегии до команды. Основные направления (виды) Digital и новые способы работы. Выгоды, риски и итоговый взгляд на цифровую трансформацию.

Лекция 2. Предпринимательство в сети Интернет

Сущность, виды и правовые основы электронного бизнеса. Структура и классификация интернет-предприятий. Корпоративный сайт как ядро интернет-присутствия. Организация операционной деятельности в сети. Управление интернет-проектами и контентом. Конкурентные преимущества и факторы успеха в интернет-экономике.

Лекция 3. Методы и модели ведения бизнеса в сети Интернет

Основы и классификация электронного бизнеса и коммерции. Бизнес-модели веб-сайтов и методы снижения издержек. Привлечение аудитории и монетизация интернет-предприятий. Позиционирование и анализ рынка. Рекламная модель. Электронные торговые площадки (ЭТП): модели и характеристики. Исследование рынка и экосистема e-commerce в России.

Лекция 4. Основные виды сетевого бизнеса

Основы электронной коммерции: сущность и задачи. Электронная торговля vs традиционная: сравнительный анализ. Ядро сетевого бизнеса: Интернет-магазин. Классификация и виды интернет-магазинов. Преимущества, риски и специфика интернет-магазинов. Практика: шаги по созданию и запуску интернет-магазина.

Лекция 5. Платежные системы электронного бизнеса

Электронные финансовые структуры: основные виды и сервисы. Платежные системы: основы, классификация и международный опыт. Регулирование, безопасность и российский рынок платежных систем.

Лекция 6. Стратегия создания новой бизнес-модели на основе цифровизации

Стратегический фундамент: цифровая стратегия и трансформация. Разработка дорожной карты цифровой стратегии. Практика создания стратегии цифровой трансформации (ЦТ). Реализация, эффекты и кадровое обеспечение цифровизации.

8. Организационно – педагогические условия программы

8.1. Материально – технические условия реализации программы.

Реализация программы профессиональной переподготовки осуществляется на материально-технической базе АНО ВО «Российский новый университет», обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий, предусмотренных учебным планом.

Учебный процесс организован с применением дистанционных образовательных технологий посредством платформы дистанционного обучения «GetCourse».

8.2. Учебно – методическое и информационное обеспечение программы

Слушателям предоставляется бесплатный доступ к ресурсам электронной информационно-образовательной среды на сайте Центра дополнительного образования РосНОУ.

Каждый слушатель на время занятий обеспечивается комплектом учебно-методических материалов, содержащим электронные информационные разработки, учебные видеофильмы.

8.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

К реализации программы привлечены научно-педагогические работники РосНОУ, имеющие, как правило, ученую степень кандидата наук и стаж научно-педагогической работы более 3 лет, а также научные публикации, соответствующие направлению данной программы.

№ п/ п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень и ученое звание (при наличии)	Стаж работы по специальности более
1	Ганина Светлана Александровна	Кандидат педагогических наук, доцент	22 лет
2	Глинкина Ольга Владимировна	Кандидат экономических наук, профессор	31 года
4	Гуреева Марина Алексеевна	Кандидат технических наук, доцент	18 лет

9. Контроль и оценка результатов освоения программы

9.1. Формы аттестации

Реализация программы профессиональной переподготовки включает в себя промежуточную и итоговую аттестацию.

Текущий контроль проводится по итогам самостоятельной - внеаудиторной работы слушателя.

Промежуточная аттестация проводится по итогам освоения дисциплины (модуля) в форме зачета или экзамена.

Завершается освоение профессиональной программы переподготовки итоговой аттестацией обучающихся в форме итогового экзамена.

9.2. Оценочные средства

Критерии оценивания промежуточной аттестации в форме экзамена:

Критерии оценки - «Отлично»

Показывает глубокое и полное знание и понимание всего объёма программного материала; полное понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей;

Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами; самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщения, выводы.

Способен устанавливать межпредметные (на основе ранее приобретенных знаний) и внутрипредметные связи, творчески применять полученные знания в незнакомой ситуации.

Последовательно, чётко, связно, обоснованно и безошибочно излагает учебный материал; дает ответ в логической последовательности с использованием принятой терминологии; делает собственные выводы; формулирует точные определения и толкования основных понятий, законов, теорий; при ответе не повторяет дословно текст учебника; излагает материал литературным языком; правильно и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы.

Самостоятельно и рационально использует справочные материалы, знаком с основной и дополнительной литературой, первоисточниками;

Грамотно применяет систему условных обозначений, ориентируется в стандартах (нормативных актах, технических регламентах) сопровождающих ответ; использует для обоснования ответа собственные выводы из наблюдений и опытов;

Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне.

Критерии оценки - «Хорошо»

Показывает знания всего изученного программного материала. Даёт полный и правильный ответ на основе изученных теорий, возможно, допускает незначительные ошибки и недочёты при воспроизведении изученного материала, в определениях понятий.

Допускает неточности в трактовке научных терминов или в выводах и обобщениях из наблюдений и опытов.

Материал излагает в определенной логической последовательности, при этом допускает одну-две несущественные ошибки и может их исправить самостоятельно при требовании или при небольшой помощи преподавателя.

В основном усвоил учебный материал; подтверждает ответ конкретными примерами; правильно отвечает на дополнительные вопросы.

Умеет самостоятельно выделять главные положения в изученном материале; на основании фактов и примеров обобщать, делать выводы, устанавливать внутрипредметные связи.

Способен применять полученные знания на практике, в том числе в видоизменённой ситуации. Способен выбрать адекватный метод (алгоритм, формулы) решения практических заданий и реализовать его. Грамотно анализирует полученные результаты.

Соблюдает основные правила культуры устной речи и сопровождающей письменной, использовать научные термины;

Критерии оценки - «Удовлетворительно»

Усвоил основное содержание учебного материала, но имеет пробелы в усвоении материала, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала.

Материал излагает несистематизировано, фрагментарно, не всегда соблюдая логическую последовательность.

Показывает недостаточную сформированность отдельных знаний и умений; выводы и обобщения аргументирует слабо, допускает в них ошибки.

Допускает ошибки и неточности в использовании научной терминологии, определениях понятий, формулах, этапах алгоритмов.

Не использует выводы и обобщения из собственных наблюдений и опытов или допускает ошибки при их изложении.

Испытывает затруднения в применении знаний, необходимых для решения практических заданий, при объяснении конкретных явлений на основе теорий и законов, или в подтверждении конкретных примеров практического применения теории.

Отвечает неполно на вопросы (упуская и основное), или воспроизводит содержание текста учебника, но недостаточно понимает отдельные положения, имеющие важное значение в этом тексте.

Обнаруживает недостаточное понимание отдельных формул, методов, способов расчета, требований нормативных актов (стандартов), допуская одну-две грубые ошибки

Критерии оценки - «Удовлетворительно»

Не раскрывает основное содержание материала. Не делает выводов и обобщений.

Не знает и не понимает значительную или основную часть программного материала в пределах поставленных вопросов или имеет слабо сформированные и неполные знания и не умеет применять их к решению конкретных вопросов и задач по образцу.

При ответе на вопрос допускает грубые ошибки, которые не может исправить даже при помощи преподавателя.

Критерии оценивания промежуточной аттестации в форме зачета:

Отметка ***«зачтено»*** выставляется обучающемуся, знающему программный материал, грамотно и по существу, излагающему его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач.

Отметка ***«не зачтено»*** выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.