

Учебный план дополнительной профессиональной программы повышения квалификации:

«Современное управление бизнесом: бюджетирование, проекты и цифровой маркетинг»

№ п/п	Наименование темы	Описание темы	Всего, час	В том числе			
				Лекции	Практ.	Сам. работа	Итог. аттест.
Модуль 1 «Эффективное руководство: методики управления организацией»							
1.1	Динамика управленческих функций в мире VUCA	Новейшие тенденции в практике управления компанией: влияние стадии развития, организационной структуры, возрастного и количественного состава на функционал современного руководителя. Реинжиниринг управленческих функций – формирование пула управленческих функций.	6	2	2	2	-
1.2	Управление как БП: стратегии, аналитика, цели, задачи, планирование, делегирование, контроль	Базовые стратегические инструменты. SWOT-анализ. Практические инструменты и методы планирования. Процесс принятия решений. Практические техники принятия решений. Инструменты и визуализация БП в работе управленца.	4	2	2	-	-
1.3	Управление эффективностью, результативностью, изменениями	Сбалансированная система показателей (BSC). Управление по целям (MBA). Управление изменениями. Практикум по разработке показателей и их формализации.	4	2	2	-	-
1.4	Управление персоналом и отношениями	Модель компетенций персонала. Мотивация и оценка персонала. Организационное поведение и формирование команд. Оплата труда персонала как инструмент управления. Корпоративная культура как стратегия управления. Теория	6	2	2	2	-

		поколений и управление отношениями. Разработка ключевых показателей эффективности (KPI) и системы нематериальной мотивации.					
1.5	Промежуточная аттестация	Зачет	2	-	-	2	-
Модуль 2 «Управленческий учет и бюджетирование»							
2.1	Управленческий учет – представление информации для принятия решений	Введение в управленческий учет – пользователи/функции/цели управленческой отчетности; Концепции расчета затрат (cost concepts): Типы организаций; Типы и «поведение» затрат (cost behavior); Прямые и косвенные затраты; периодические расходы, расходы продукта; невозвратные затраты (sunk costs); альтернативные издержки; маржинальные затраты и прочие. CVP анализ (операционный анализ): маржинальный доход; анализ безубыточности; маржинальный запас прочности.	6	2	1	3	-
2.2	Измерение доходов и расходов для принятия решений	Измерение доходов и расходов для принятия решений: сегментация продуктов и типов бизнеса; принятие решений по ценообразованию; операционные и финансовые показатели; их взаимодействие; существенные и несущественные расходы. Распределение расходов по сегментам (ABC costing). Анализ прибыльности и ценообразование: долгосрочный и краткосрочный анализ; расчет прибыльности клиента.	6	2	1	3	-

2.3	Планирование и бюджетирование	Стратегическое планирование, бюджетирование и процесс контроля. Цели и функции бюджетов; Бюджетный период. Составление плана бюджета.	4	1	1	2	-
2.4	Администрирование бюджетного процесса	Администрирование бюджетного процесса; Типы прогнозов и бюджетов: процент от выручки, по процессам (activity—based); безотносительный (zero based); «сверху» (top—down); «снизу» (bottom ups); Критика бюджетов. Составление бюджета организации на основе прогнозов по выручке.	5	2	1	2	-
2.5	Система контролей	Центры ответственности. Разработка системы контролей бюджета.	5	2	1	2	-
2.6	План/факт анализ в компании	Анализ разброса (Variance analysis); Анализ подразделений, трансфертное ценообразование. Проведение анализа разброса. Проведение анализа подразделений.	5	2	1	2	-
2.7	Постановка ключевых показателей эффективности (KPI)	Постановка целей и ключевых показателей эффективности (KPI) для различных подразделений предприятия.	3	-	1	2	-
2.8	Управление результативностью	Управление результативностью: целевые затраты; бенчмаркинг; система сбалансированных показателей; анализ причины и следствия. Практикум по анализу результативности подразделения.	4	1	1	2	-
2.9	Промежуточная аттестация	Зачет	2	-	-	2	-

Модуль 3 «Управление высокотехнологичными проектами»

3.1	Введение в инновации и проектную деятельность	Определение и признаки инноваций. Инновационный цикл. Модель сбалансированных инноваций, открытые и фронтальные	14	6	4	4	-
-----	---	---	----	---	---	---	---

		инновации. Инновационные стратегии, современные принципы. Технологическая конвергенция. Проект, процесс, результат проекта, менеджер проекта. Цикл принятия решений PDCA. Стратегическая установка: декомпозиция целей. Понятие жизненного цикла, этапы жизненного цикла проекта. Особенности проектов в сфере материаловедения. Специфика управления инжиниринговыми проектами. Определение этапа жизненного цикла проекта из список реальных технологических продуктов в сфере материаловедения.					
3.2	Инжиниринговая деятельность в промышленности	Определение, специфика. Тенденции. Стратегический и оперативный подход – концепция маркетинга. Стратегические и оперативные цели инжиниринга. Информационные технологии управления инновационными проектами (цифровизация, цифровые двойники). На основе принципов стратегической установки и принципов стратегического и операционного управления необходимо поставить цели для промышленного предприятия, выпускающего композиционные материалы.	12	4	4	4	-
3.3	Управление проектами	Формирование команды проекта. Структура управления проектами в сфере материаловедения. Особенности работы междисциплинарных команд. Методики принятия креативных решений. Методы эффективного руководства командами в инновационной сфере. Стандарт ИСО 21500-2012. Стандарт РМВoК 6. Стандарт РМВoК 7. Технико-экономический анализ бизнес-процессов. ТЭО. Бизнес-план	22	10	6	6	-

		инновационного проекта в сфере материаловедения. Показатели эффективности проекта. Подходы к планированию. Иерархическая структура работ. Трудоёмкость работ проекта в сфере материаловедения. Диаграмма Ганта, сетевой график. Разработка плана проекта в MS Project. Применение метода принятия креативного решения на основе бизнес-кейса (Морфологический анализ). Построить план проекта по запуску производства новой продукции (Изобретаем велосипед).					
3.4	Концепция стратегического маркетинга в управлении проектами	Маркетинговые исследования. Целевая аудитория, сегментация рынка. Анализ конкурентной среды: концепция М. Портера. Выбор конкурентных стратегий: М. Портер, Ф. Котлер, концепция войн. Практическая работа (4 часа). Применение концепции 5 конкурентных сил М. Портера.	10	2	4	4	-
3.5	Логистическая поддержка жизненного цикла проекта	Концепция ИЛП. Логистический анализ в управленческой деятельности. Показатели надёжности высокотехнологичной продукции. Понятие качества продукции, управление качеством.	6	4	-	2	-
3.6	Управление рисками проекта	Определение рисков, идентификация рисков. Величина и вероятность рисков. Методы управления рисками. Карта рисков, роза рисков. Построить карту рисков для проекта по созданию нового вида продукции.	6	2	2	2	-
3.7	Промежуточная аттестация	Зачет	2	-	-	2	-

Модуль 4 «Освоение программы Microsoft Excel (уровень «Мастер»)»

Часть 1. Настройка и приемы работы в программе Microsoft Excel. Списки и форматирование

Тема 1. Настройка и приемы работы в программе Microsoft Excel. Списки и форматирование

1.1	Общие сведения и настройка интерфейса программы Microsoft Excel под нужды пользователя. Эффективные приёмы работы с книгами	Общие сведения и настройка интерфейса программы Microsoft Excel под нужды пользователя. Эффективные приёмы работы с книгами программы Microsoft Excel. Создание, открытие и закрытие документов в программе Microsoft Excel.	1	0,5	0,5	-	-
1.2	Приемы быстрого ввода данных и их редактирование	Приемы быстрого ввода данных и их редактирование. Создание списков автозаполнения. Форматирование данных в книге.	1	0,2	0,8	-	-
1.3	Создание списков автозаполнения. Форматирование данных в книге		1	0,2	0,8	-	-

Тема 2. Поиск, замена, сортировка и фильтры. Формулы, мастер функций, стили ссылок

2.1	Поиск и замена данных и форматов. Сортировка данных (обычная, многоуровневая, по формату). Фильтры	Поиск и замена данных и форматов. Сортировка данных (обычная, многоуровневая, по формату). Фильтры. Формулы и функции. Виды и стили ссылок. Создание связей внутри книги и между книгами. Работа с мастером функций. Примеры использования наиболее популярных функций.	1	0,5	0,5	-	-
2.2	Формулы и функции. Виды и стили ссылок. Создание связей внутри книги и между книгами.		4	0,6	0,4	3	-
2.3	Работа с мастером функций. Примеры использования наиболее популярных функций.		1	0,5	0,5	-	-

Тема 3. Печать таблиц. Графическое представление данных

3.1	Полезные настройки окна программы. Подготовка к печати и печать таблиц	Полезные настройки окна программы. Подготовка к печати и печать таблиц. Графическое представление данных в программе Microsoft Excel. Создание диаграмм, использование мини-диаграмм (спарклайнов). Создание графических объектов.	1	1	-	-	-
3.2	Графическое представление данных в программе Microsoft Excel. Создание и использование мини-диаграмм (спарклайнов). Создание графических объектов		1	0,5	0,5	-	-
Часть 2. Профессиональная работа с электронными таблицами							
Тема 1. Вычисления в программе Microsoft Excel. Форматирование. Инструменты							
1.1	Вычисления в программе Microsoft Excel. Формулы, различные виды ссылок. Использование именованных диапазонов в формулах. Встроенные функции: математические, статистические, ссылки и массивы, логические, текстовые, функции даты. Причины возникновения, поиск и исправление ошибок в формулах.	Вычисления в программе Microsoft Excel. Формулы, различные виды ссылок. Использование именованных диапазонов в формулах. Встроенные функции: математические, статистические, ссылки и массивы, логические, текстовые, функции даты. Причины возникновения, поиск и исправление ошибок в формулах. Инструменты Проверка данных, найти и выделить, Специальная вставка. Условное форматирование.	5	1	4	-	-
1.2	Условное форматирование		1	0,5	0,5	-	-
1.3	Инструменты Проверка данных, найти и выделить,		2	0,5	1,5	-	-

	Специальная вставка.						
Тема 2. Работа с большими табличными массивами, сводные таблицы, управление доступом.							
2.1	Работа с большими табличными массивами. Удаление дубликатов. Сортировка данных. Поиск и фильтрация данных. Промежуточные итоги. Консолидация данных.	Работа с большими табличными массивами. Удаление дубликатов. Сортировка данных. Поиск и фильтрация данных. Промежуточные итоги. Консолидация данных. Анализ данных с помощью сводных таблиц. Создание и преобразование сводных таблиц. Настройка полей, добавление вычисляемых полей,	6	0,5	2,5	3	-
2.2	Анализ данных с помощью сводных таблиц. Создание и преобразование сводных таблиц. Настройка полей, добавление вычисляемых полей, группировка полей. Сводные диаграммы. Обновление сводных таблиц и диаграмм.	группировка полей. Сводные диаграммы. Обновление сводных таблиц и диаграмм. Общий доступ к книге. Защита ячеек, листов и рабочих книг. Построение сводной таблицы, настройка параметров полей, настройка дополнительных вычислений (доли и проценты, отличие и приведенное отличие, и т.д.), добавление вычисляемых полей.	4	1	3	-	-
2.3	Общий доступ к книге. Защита ячеек, листов и рабочих книг.	Извлечение списка уникальных элементов из диапазона. Настройка сводной таблицы, диалоговое окно «Параметры сводной таблицы». Группировка полей, доводка внешнего вида отчета. Развертывание данных в сводной таблице, детализация результатов. Фильтрация данных: фильтры, срезы, временная шкала. Разделение сводной таблицы по листам. Сводные диаграммы. Обновление и пересчет. Предоставление	4	0,5	0,5	3	-

		общего доступа к книге. Защита данных: Защита ячеек листа от изменений; Выборочная защита диапазонов для разных пользователей; защита структуры листов; Шифрование книги.					
Часть 3. Профессиональная работа с электронными таблицами							
Тема 1. Встроенные функции «Ссылки и массивы». Формулы массивов. Анализ данных с помощью диаграмм, мини-диаграмм и графиков.							
1.1	Решение задач по просмотру, поиску и подстановке данных. Одномерные и двумерные операции поиска - точный и приблизительный поиск.	Решение задач по просмотру, поиску и подстановке данных. Одномерные и двумерные операции поиска - точный и приблизительный поиск. Абсолютные ссылки - функция ДВССЫЛ. Использование формул массивов. Микрографики в ячейках. Базовые возможности инструмента «Диаграммы». Ручная настройка диаграмм (ряды, легенды, подписи, макеты и т. д.). Практическое применение анализа: анализ спроса и объемов продаж, сравнение данных по выборкам, связь между факторами, анализ на вторичных диаграммах, анализ двух/трех параметров.	1	0,5	0,5	-	-
1.2	Абсолютные ссылки - функция ДВССЫЛ. Использование формул массивов.		4	0,5	0,5	3	-
1.3	Микрографики в ячейках. Базовые возможности инструмента «Диаграммы». Ручная настройка диаграмм (ряды, легенды, подписи, макеты и т. д.).		2	0,5	1,5	-	-
1.4	Практическое применение анализа: анализ спроса и объемов продаж, сравнение данных по выборкам, связь между факторами, анализ на вторичных диаграммах, анализ двух/трех параметров		2	0,5	1,5	-	-

Тема 2. Прогнозирование и оптимизация. Введение в анализ «что если». Пользовательские форматы данных.

2.1	Выделение тренда. График и линия тренда. Прогнозирование методом скользящего среднего. Прогнозирование с учетом сезонности. Использование сценариев для учета множества разных переменных. Использование подбора параметров для получения нужного результата. Использование таблиц данных для просмотра влияния переменных в формуле. Решение задач оптимизации с помощью надстройки Поиск решения.	Выделение тренда. График и линия тренда. Прогнозирование методом скользящего среднего. Прогнозирование с учетом сезонности. Использование сценариев для учета множества разных переменных. Использование подбора параметров для получения нужного результата. Использование таблиц данных для просмотра влияния переменных в формуле. Решение задач оптимизации с помощью надстройки Поиск решения. Использование подбора параметров для получения нужного результата. Использование таблиц данных для просмотра влияния переменных в формуле. Решение задач оптимизации с помощью надстройки Поиск решения. Структура пользовательского формата. Специальные символы для описания масок форматов.	2	1	1	-	-
2.2	Использование подбора параметров для получения нужного результата. Использование таблиц данных для просмотра влияния переменных в формуле. Решение задач оптимизации с помощью надстройки Поиск решения.	Создание, редактирование и удаление форматов. Использование инструмента «Удалить дубликаты». Поиск и замена данных. Использование инструмента «Сортировка и фильтр»: Автоматический фильтр; Простая сортировка; Многоуровневая сортировка; Сортировка по цвету; Сортировка по смыслу данных – настраиваемые списки (создание и удаление).	2	0,5	1,5	-	-
2.3	Структура пользовательского формата. Специальные символы для описания масок форматов. Создание,	Использование инструмента «Промежуточные итоги»: Вычисление одноуровневых и многоуровневых итогов по группе	2	0,5	1,5	-	-

	редактирование и удаление форматов	записей; Копирование и перенос итогов; Функция «Промежуточные итоги». Создание «ум-ной» таблицы, преимущества использования режима Таблицы. Организация сортировки и фильтрации данных, фильтрация срезами, удаления дубликатов и вычисления промежуточных итогов в «умной» таблице.					
--	------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Тема 3. Импорт данных из внешних источников. Программа макрорекордер: быстрое создание макросов.

3.1	Импорт данных из внешних источников (Интернет, программа Microsoft Excel, текстовые файлы). Надстройка Power Query: загрузка и преобразование данных, объединение данных из разных файлов в одну таблицу. Варианты использования результатов запроса.	Импорт данных из внешних источников (Интернет, программа Microsoft Excel, текстовые файлы). Быстрое создание программ. Надстройка Power Query: загрузка и преобразование данных, объединение данных из разных файлов в одну таблицу. Варианты использования результатов запроса. Подключение к горячим клавишам или кнопке на панели быстрого доступа часто повторяющихся последовательностей действий.	5	0,5	1,5	3	-
3.2	Быстрое создание программ. Подключение к горячим клавишам или кнопке на панели быстрого доступа часто повторяющихся последовательностей действий.		2	0,5	1,5	-	-
3.3	Промежуточная аттестация	Зачет	1	-	-	1	-

Модуль 5 «Основы цифрового маркетинга»

5.1	Основные положения об экосистеме	Экосистема цифрового мира: способы заработка, участники, инфраструктура и инструменты. Особенности	19	4	6	9	-
-----	----------------------------------	--	----	---	---	---	---

		потребления в интернете. Назначение и цели цифрового маркетинга. Терминология цифровой экосистемы. Пять видов монетизации интернет-проектов; Успешные кейсы быстрой раскрутки SMM-сообществ; как вести SMM для B2B. Три основных показателя эффективности в SMM. Проведение автоматизации контента. Поисковое продвижение для социальных сетей. Использование мотивированного трафика. Что такое таргетированная и ретаргетированная реклама? Как показывать свою рекламу клиентам, у которых вы знаете только телефон или email? Как использовать нестандартные таргетинги, отсутствующее в стандартном интерфейсе? Работа с лидерами мнений. Проведение конкурсов и опросов в социальных медиа. Как использовать ваш сайт для раскрутки социальных сетей? Как повысить доверие к вашему сайту с помощью отзыв из социальных сетей? Что такое приложение в социальных сетях и чем оно эффективно? Разработка стратегий контента. Составление медиаплана проведения рекламной кампании.					
5.2	Работа с целевой аудиторией	Целевая аудитория и рыночные сегменты. Описание ЦА в B2B и B2C. Персона и портрет клиента. Оценка возможностей организации. Стратегическая значимость ключевых элементов. Характеристика потенциала и конкурентоспособности фирмы. Методология оценки конкурентоспособности продукции: основные категории, классификация показателей. Схема оценки.	15	3	4	8	-

		Анализ «цепочки ценности» и «системы ценности» М. Портера. Модель «7 S» McKinsey. Конкурентная стратегия: свойства, компоненты, виды, современные трактовки. Параметры анализа стратегий: цель, содержание, методы. Разработка маркетинговых, товарных и ценовых стратегий. Управление товарным портфелем. Анализ рыночной эффективности товара. Стратегии товара и торговой марки. Стратегическое управление брендами. Аналитические модели новых товаров. Стратегическая роль цены. Выбор и варианты стратегий ценообразования. Разработка стратегий управления взаимоотношениями в цепочке создания ценности: роль распределения, стратегии и управление. Разработка стратегий продвижения: компоненты, интеграция, рекламная стратегия, стимулирование сбыта. Стратегия персональных продаж и прямого маркетинга.					
5.3	Сегментация ЦА	Сегментация целевой аудитории. Понятие и определение. Сегментация B2C и B2B. Виды потребителей. Стратегия, тактика и концепции современного маркетинга в России. Составление ГТП. Поиск аргументов. SWOT-анализ. Постановка задач на маркетинговое исследование. Описание продукта. Анализ внешней и внутренней маркетинговой среды.	17	4	4	9	-

		Система управления реализацией стратегий. Оценка стратегий и их осуществимости: сущность, критерии. Стратегические карты, BSC, KPI, инициативы как инструменты управления реализацией. Стратегический маркетинговый план: принципы, содержание, реализация. Лучшие практики. Бенчмаркинг маркетинговых стратегий ведущих фирм на локальных и мировых рынках. Оценка и контроль. Стратегическая ревизия маркетинга. Критерии эффективности. Оценка эффективности и практические мероприятия. Сегментация ЦА B2C и B2B. Метод персонажей, разработка оффера.					
5.4	Основы цифрового маркетинга	Точки коммуникации с аудиторией. CJM. Воронка продаж, конверсии. Показатели эффективности в цифровом маркетинге. Порядок формирования спроса. Организация контроля достижения целей рекламной кампании. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Формулы продающих текстов (AIDA, RMPHS). Основные элементы продающего текста. Методики составления уникального торгового предложения (УТП). 6 «китов» УТП для продающего текста. Заголовки и подзаголовки. Размещение текстов на сайте. Делаем сайт продающим. Продающие тексты для SEO-продвижения. Новости. Пишем новость, которая привлекает клиентов. Какие услуги сейчас предлагают на SMM рынке? Как выбрать подрядчика и не ошибиться? Как составить резюме, чтобы сразу понравиться работодателю?	19	4	6	9	-

		Расчет предварительной экономической эффективности рекламной кампании. Определение оптимального рекламного бюджета.					
5.5	Промежуточная аттестация	Зачет	2	-	-	2	-
6	Итоговая аттестация	Зачет	2	-	-	-	2
	Итого						2