

## Учебный план дополнительной профессиональной программы повышения квалификации:

### «Руководитель цифровых проектов»

| №<br>п/п                               | Наименование<br>темы                   | Описание темы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Всего,<br>час | В том числе |        |                |                  |
|----------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|--------|----------------|------------------|
|                                        |                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |               | Лекции      | Практ. | Сам.<br>работа | Итог.<br>аттест. |
| Модуль 1 «Основы цифрового маркетинга» |                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |               |             |        |                |                  |
| 1.1                                    | Основные<br>положения об<br>экосистеме | Экосистема цифрового мира:<br>способы заработка, участники,<br>инфраструктура и<br>инструменты. Особенности<br>потребления в интернете.<br>Назначение и цели цифрового<br>маркетинга. Терминология<br>цифровой экосистемы. Пять<br>видов монетизации интернет-<br>проектов; Успешные кейсы<br>быстрой раскрутки SMM-<br>сообществ; как вести SMM<br>для B2B. Три основных<br>показателя эффективности в<br>SMM. Проведение<br>автоматизации контента.<br>Поисковое продвижение для<br>социальных сетей.<br>Использование<br>мотивированного трафика.<br>Что такое таргетированная и<br>ретаргетированная реклама?<br>Как показывать свою рекламу<br>клиентам, у которых вы знаете<br>только телефон или email? Как<br>использовать нестандартные<br>таргетинги, отсутствующее в<br>стандартном интерфейсе?<br>Работа с лидерами мнений.<br>Проведение конкурсов и<br>опросов в социальных медиа.<br>Как использовать ваш сайт<br>для раскрутки социальных<br>сетей? Как повысить доверие<br>к вашему сайту с помощью<br>отзыв из социальных сетей?<br>Что такое приложение в<br>социальных сетях и чем оно<br>эффективно? | 19            | 4           | 6      | 9              | -                |

|     |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |   |   |   |   |
|-----|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|
|     |                             | Разработка стратегий контента. Составление медиаплана проведения рекламной кампании.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |   |   |   |   |
| 1.2 | 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. 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. | 15 | 3 | 4 | 8 | - |

|     |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |   |   |   |   |
|-----|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|
| 1.3 | Сегментация ЦА              | <p>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. 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.</p> <p>Сегментация ЦА B2C и B2B. Метод персонажей, разработка оффера.</p> | 17 | 4 | 4 | 9 | - |
| 1.4 | Основы цифрового маркетинга | <p>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</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 19 | 4 | 6 | 9 | - |

|                                                                             |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
|                                                                             |                                                                                              | (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? Расчет предварительной экономической эффективности рекламной кампании. Определение оптимального рекламного бюджета. |   |   |   |   |   |
| 1.5                                                                         | Промежуточная аттестация                                                                     | Зачет                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2 | - | - | 2 | - |
| <b>Модуль 2 «Эффективное руководство: методики управления организацией»</b> |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |   |   |   |   |
| 2.1                                                                         | 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 | - |
| 2.2                                                                         | 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 | - | - |
| 2.3                                                                         | Управление эффективностью, результативностью, изменениями                                    | Сбалансированная система показателей (BSC). Управление по целям (MBA). Управление изменениями. Практикум по разработке показателей и их                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4 | 2 | 2 | - | - |

|     |                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |   |   |   |   |   |
|-----|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
|     |                                     | формализации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |   |   |   |   |
| 2.4 | 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 поколений и управление отношениями. Разработка ключевых показателей эффективности (KPI) и системы нематериальной мотивации. | 6 | 2 | 2 | 2 | - |
| 2.5 | 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 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. | 14 | 6 | 4 | 4 | - |
| 3.2 | Инжиниринговая деятельность в промышленности  | Определение, специфика. Тенденции. Стратегический и оперативный подход – концепция маркетинга.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 12 | 4 | 4 | 4 | - |

|     |                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |   |   |   |
|-----|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|---|---|---|
|     |                                                             | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |    |   |   |   |
| 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 РМВoK 6. Стандарт РМВoK 7. Технико-экономический анализ бизнес-процессов. ТЭО. Бизнес-план 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). | 22 | 10 | 6 | 6 | - |
| 3.4 | Концепция стратегического маркетинга в управлении проектами | Маркетинговые исследования. Целевая аудитория, сегментация рынка. Анализ конкурентной среды: концепция М. Портера. Выбор                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 10 | 2  | 4 | 4 | - |

|     |                                                  |                                                                                                                                                                                                            |     |    |    |    |   |
|-----|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|----|---|
|     |                                                  | конкурентных стратегий: М. Портер, Ф. Котлер, концепция войн.<br>Практическая работа (4 часа).<br>Применение концепции 5 конкурентных сил М. Портера.                                                      |     |    |    |    |   |
| 3.5 | Логистическая поддержка жизненного цикла проекта | Концепция ИЛП.<br>Логистический анализ в управленческой деятельности.<br>Показатели надёжности высокотехнологичной продукции. Понятие качества продукции, управление качеством.                            | 6   | 4  | -  | 2  | - |
| 3.6 | Управление рисками проекта                       | Определение рисков, идентификация рисков.<br>Величина и вероятность рисков. Методы управления рисками. Карта рисков, роза рисков.<br>Построить карту рисков для проекта по созданию нового вида продукции. | 6   | 2  | 2  | 2  | - |
| 3.7 | Промежуточная аттестация                         | Зачет                                                                                                                                                                                                      | 2   | -  | -  | 2  | - |
| 4   | Итоговая аттестация                              | Зачет                                                                                                                                                                                                      | 2   | -  | -  | -  | 2 |
|     | Итого                                            |                                                                                                                                                                                                            | 168 | 51 | 48 | 67 | 2 |