

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВО «СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Директор НОЦ «Институт
непрерывного образования»

Е.В. Мошкина

2024 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

**«Маркетинг в системе
дополнительного профессионального образования»**

Красноярск 2024

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации
«Маркетинг в системе дополнительного профессионального образования»

Форма обучения – очная.

Срок обучения – 16 часов.

№ п/п	Наименование модулей (дисциплин)	Общая трудоем- кость, ч	Всего контактн., ч	Контактные часы		СРС, ч	Формы контроля
				Лекции	Практические и семинарские занятия		
1	Стратегический маркетинг в ДПО	6	4,5	3	1,5	1,5	Зачет
2	Тактический маркетинг в ДПО	8	5,5	3	2,5	2,5	Зачет
3	Итоговый контроль	2	2		2		Зачет
	ИТОГО	16	12	6	6	4	

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации
«Маркетинг в системе дополнительного профессионального образования»

Категория слушателей: проректоры, директора институтов, руководители центров ДПО в институтах, руководители структурных подразделений университета, сотрудники ИНО, руководители программ ДПО.

Срок обучения: 16 часов.

Форма обучения: очная.

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Общая трудоем- кость, ч	Всего контактн., ч	Контактные часы		СРС, ч	Результаты обучения
				Лекции	Практ. и семинарские занятия		
1	Модуль 1. Стратегический маркетинг в ДПО	6	4,5	3	1,5	1,5	PO1-PO3
1.1	Модели и кейсы организации управления ДПО в университетах	2	2	2			PO1-PO3
1.2	Стратегический маркетинг в ДПО, подходы и инструментарий B&B и B&C маркетинга	1	1	1			PO1-PO3
1.3	Проектный такт № 1.1 «Портфели и SMART-цели ДПО»	1	0,5		0,5	0,5	PO1
1.4	Проектный такт № 1.2 «Проектирование организационной структуры системы ДПО»	1	0,5		0,5	0,5	PO2
1.5	Проектный такт № 1.3 «Моделирование бизнес-процессов ДПО»	1	0,5		0,5	0,5	PO3
2	Модуль 2. Тактический маркетинг в ДПО	8	5,5	3	2,5	2,5	PO4-PO10
2.1	Тактические инструменты и подходы в ДПО	1	1	1			PO4-PO10
2.2	Маркетинговая аналитика в ДПО	1	1	1			PO4-PO10
2.3	Позиционирование и продвижение программ ДПО. Как разрабатывать ценностное предложение и проектировать путь клиента в иммерсивном маркетинге?	1	1	1			PO4-PO10

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Общая трудоем- кость, ч	Всего контактн., ч	Контактные часы		СРС, ч	Результаты обучения
				Лекции	Практ. и семинарские занятия		
2.4	Проектный такт № 2.1 «Логика появления программы в портфеле»	1	0,5		0,5	0,5	PO4
2.5	Проектный такт № 2.2 «Конкурентный анализ программы ДПО»	1	0,5		0,5	0,5	PO5-PO7
2.6	Проектный такт № 2.3 «Анализ потребностей целевых аудиторий программ ДПО»	1	0,5		0,5	0,5	PO8
2.7	Проектный такт № 2.4 «Проектирование ценностного предложения»	1	0,5		0,5	0,5	PO9
2.8	Проектный такт № 2.5 «Разработка программы продвижения»	1	0,5		0,5	0,5	PO10
3	Итоговый контроль	2	2		2		PO1-PO10
	ИТОГО	16	12	6	6	4	

Календарный учебный график
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации
«Маркетинг в системе дополнительного профессионального образования»

Наименование модулей (курсов)	Неделя	Объем учебной нагрузки, ч.	Виды занятий (количество часов)			
			Лекция	Практ. и семинарские занятия	СРС	Итоговый контроль
Стратегический маркетинг в ДПО	1	6	3	1,5	1,5	Зачет
Тактический маркетинг в ДПО	1	8	3	2,5	2,5	Зачет
Итоговый контроль	1	2		2		Зачет
ИТОГО		16	6	6	4	

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1. Аннотация программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Маркетинг в системе дополнительного профессионального образования» направлена на развитие компетенций, необходимых для трансформации системы дополнительного профессионального образования (ДПО).

В процессе обучения слушатели сформируют ценностные предложения в рамках флагманских программ ДПО, опишут целевые аудитории и определяют способы формирования клиентской лояльности.

Программа повышения квалификации «Маркетинг в системе дополнительного профессионального образования» состоит из двух модулей:

- Стратегический маркетинг в ДПО.
- Тактический маркетинг в ДПО.

Нормативно-правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;
- Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08.11.2023 № 790н;
- Профессиональный стандарт 08.037 «Бизнес-аналитик», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 22.11.2023 № 821н;
- Положение о дополнительном образовании и профессиональном обучении в ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», утвержденное ректором 01.04.2022 г.;
- Устав ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет».

1.2. Цель программы

Цель программы повышения квалификации — совершенствование профессиональных компетенций слушателей, необходимых для трансформации системы дополнительного профессионального образования, в которой внедрена сквозная функция маркетинга — маркетинговые компетенции сформированы у каждого руководителя программы.

1.3. Компетенции (трудовые функции) в соответствии с профессиональным стандартом (формирование новых или совершенствование имеющихся)

В соответствии с профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог» методы и формы обучения по программе направлены на формирование следующих трудовых функций:

- А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования.
- А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

– В/01.7 Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации.

В соответствии с профессиональным стандартом 08.037 «Бизнес-аналитик», методы и формы обучения по программе направлены на формирование следующих трудовых функций:

– С/002.5 Выявление истинных бизнес-проблем или бизнес-возможностей.

– D/01.6 Формирование возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей.

– D/02.6 Анализ, обоснование и выбор решения.

1.4. Планируемые результаты обучения (РО)

В результате освоения программы слушатели будут способны:

РО1. Определять целевую аудиторию открытых программ ДПО, портфели программ, целевые показатели и стратегии их достижения.

РО2. Проектировать организационную структуру системы ДПО.

РО3. Моделировать бизнес-процессы согласно модели IDEF0.

РО4. Понимать логику появления программы в портфеле ДПО.

РО5. Определять флагманскую программу ДПО, описывать цели, целевую аудиторию, ресурсы.

РО6. Проводить конкурентный анализ по флагманской программе ДПО.

РО7. Выбирать стратегию позиционирования флагманской программы ДПО.

РО8. Анализировать потребности целевой аудитории программы.

РО9. Формировать ценностное предложение с учетом особенностей В&С и В&В маркетинга.

РО10. Разрабатывать план продвижения программ ДПО.

1.5. Категория слушателей

Проректоры, директора институтов, руководители центров ДПО в институтах, руководители структурных подразделений университета, сотрудники ИНО, руководители программ ДПО.

1.6. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение

Среднее профессиональное или высшее образование.

1.7. Продолжительность обучения

Продолжительность обучения по программе составляет 16 часов.

1.8. Форма обучения: очная.

1.9. Требования к материально-техническому обеспечению, необходимому для реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации (требования к аудитории, компьютерному классу, программному обеспечению)

Аудитория, оснащенная презентационной панелью, персональным компьютером, доступ к сети Интернет.

1.10. Особенности (принципы) построения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации

Особенности построения программы повышения квалификации «Маркетинг в системе дополнительного профессионального образования»:

- модульная структура программы;
- в основу проектирования программы положен компетентностный подход;
- использование информационных и коммуникационных технологий, в том числе современных систем технологической поддержки процесса обучения, обеспечивающих комфортные условия для обучающихся и преподавателей.

1.11. Документ об образовании: удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

II. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Обучение по программе повышения квалификации реализовано в очном формате. Лекционный материал представлен в виде комплекса презентаций. В рамках самостоятельной работы слушатели выполняют проект по разработке и продвижению флагманской программы ДПО (работа в группах с презентацией результатов).

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Программа может быть реализована как очно, так и заочно, в том числе, с применением дистанционных образовательных технологий. Она включает занятия лекционного типа, практические занятия и самостоятельную работу слушателей.

Виды и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа слушателя представляет собой процесс углубления и закрепления теоретических знаний. Она включает в себя ряд видов деятельности, таких как самостоятельное изучение вопросов программы, выполнение групповых заданий, презентацию проектов.

III. КАДРОВЫЕ УСЛОВИЯ

Преподаватели программы:

Бакуменко Ольга Аркадьевна, канд. экон. наук, руководитель консалтингового агентства «Университеты и маркетинг».

Андреянова Инна Валерьевна, канд. юрид. наук, генеральный директор Фонда развития инновационного научно-технологического центра «Юнити Парк» (г. Сургут), консультант по стратегическому развитию университетов.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1. Котлер Ф. Маркетинг 6.0. Будущее за иммерсивностью, слиянием цифрового и физического миров / Котлер Ф., Айвен С., Хермаван К. – М.: Эксмо, 2024.

2. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Пабlishер, 2020.

3. Остервальдер А., Пинье И., Бернарда Г., Смит А. Разработка ценностных предложений: Как создавать товары и услуги, которые захотят потребители. Ваш первый шаг. – М.: Альпина Пабlishер, 2022.

V. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

5.1. Формы аттестации, оценочные материалы, методические материалы

Программа предусматривает проведение текущей и итоговой аттестации. Текущая аттестация слушателей проводится на основе оценки активности и участия в работе стратегической сессии.

Итоговая аттестация слушателей проводится по результатам защиты проекта по разработке и продвижению флагманской программы ДПО (работа в группах с презентацией результатов).

5.2. Требования и содержание итоговой аттестации

Основанием для аттестации является выполнение и защита группового проекта по разработке и продвижению флагманской программы ДПО.

К защите необходимо подготовить презентацию:

- Наименование флагманской программы ДПО.
- Целевая аудитория.
- Потребности целевой аудитории программы.
- Анализ конкурентов флагманской программы ДПО.
- Ценностное предложение с учетом особенностей В&С и В&В маркетинга.
- План продвижения программы ДПО.

Программу составили:

Руководитель консалтингового
агентства «Университеты и маркетинг»

Бакуменко О.А.

О.А. Бакуменко

Консультант по стратегическому
развитию университетов

И.В. Андреянова

Руководитель программы:

Руководитель консалтингового
агентства «Университеты и маркетинг»

Бакуменко О.А.

О.А. Бакуменко