

Дополнительная профессиональная программа «**Цифровая трансформация в маркетинговой деятельности**» (далее – программа) подготовлена на основе:

– Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– требований Приказа Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

– методических рекомендаций-разъяснений Минобрнауки России по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов от 22 апреля 2015 г. № ВК-1030/06;

– приказа Минобрнауки России от 23 августа 2017 года № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

Реализация программы направлена на совершенствование имеющихся и получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности и повышения профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения, определен Приказом Минтруда России от 04.06.2018 № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог».

Цель программы – формирование у слушателей профессиональных компетенций в области маркетинговой деятельности, включающей маркетинговый анализ, основанный на исследованиях внутренних и внешних факторов организации, проведенных по каждому элементу маркетингового комплекса для стратегического и оперативного маркетингового планирования деятельности.

Задачи программы:

- изучить тренды и концепции цифровизации в области маркетинга;
- изучить основные положения индустрии 4.0 в маркетинге;
- изучить принципы трансформации маркетингового комплекса 4P: продукт, распространение, ценообразование, продвижение;
- изучить основные виды и направления digital-маркетинга;
- изучить принципы, инструменты и каналы digital-маркетинга.

Трудоемкость обучения – 64 общих часов, из них 48 часов аудиторной работы и 16 часов самостоятельной работы.

Форма обучения – очная, возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Имеющаяся квалификация (требования к слушателям): к освоению программы допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и/или высшее образование. Программа будет интересна специалистам с техническим образованием.

Программа «**Цифровая трансформация в маркетинговой деятельности**» содержит два раздела, объединяющие следующие темы:

Модуль 1. Цифровая революция в маркетинговом комплексе

1. Индустрия 4.0 в маркетинге.
2. Концепция 4P в цифровом мире.

Модуль 2. Основы digital-маркетинга

1. Основы и принципы digital-маркетинга.
2. Каналы и инструменты digital-маркетинга.

Итоговая аттестация проводится в форме зачета.

Лицам, успешно прошедшим обучение и выполнившим контрольные мероприятия, предусмотренные программой, выдается удостоверение о повышении квалификации образца, установленного МГТУ им. Н.Э. Баумана.