

| | |
|---|---|
| Программа | Управление маркетинговыми проектами |
| Целевая аудитория | <ul style="list-style-type: none"> руководители и сотрудники организаций, оказывающих маркетинговые услуги (реклама, продвижение, продажи) участники проектных команд менеджеры маркетинговых проектов |
| Цели программы | <ul style="list-style-type: none"> ознакомить с основными стандартами проектной деятельности дать представление о специфике организационно-ролевой структуры маркетинговых проектов ознакомить с предметными областями маркетингового проекта сформировать навыки правильного документирования маркетинговых проектов развить профессиональные компетенции в области управления маркетинговыми проектами |
| Продолжительность программы | 16 часов |
| В результате обучения выдается удостоверение о повышении квалификации | |

Учебный план
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации
«Управление маркетинговыми проектами»

| № п/п | Наименование разделов и дисциплин | Всего часов | в том числе | | Формы контроля |
|-------|---|-------------|-------------|----------|----------------|
| | | | лекции | практика | |
| 1. | Основные стандарты проектной деятельности | 1 | 1 | | |
| 2. | Жизненный цикл маркетингового проекта | 2 | 1 | 1 | |
| 3 | Организационно-ролевая структура маркетингового проекта | 1 | 1 | | |
| 4. | Процессы управления маркетинговым проектом | 4 | 2 | 2 | |
| 5. | Предметные области управления маркетинговыми проектами | 4 | 2 | 2 | |
| 6. | Особенности управления маркетинговыми программами | 2 | 1 | 1 | |
| 7. | Управление портфелем маркетинговых программ и проектов | 2 | 1 | 1 | |
| | Итоговая аттестация | | | | Зачет |
| | Итого: | 16 | 9 | 7 | |