

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

Дата подписания: 03.06.2026 20:21:03

высшего образования

Уникальный программный ключ:

САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2



УТВЕРЖДЕНО

руководителем/председателем Ученого совета ФГАОУ ВО «СГЭУ»

Протокол № 11 от «18» июня 2025г.

И.о. ректор  Е.А. Кандрашина

**ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**«ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ»**

(наименование программы)

Самара 2025 г.

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

## 1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ, статья 195.1.
2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
3. Постановление Правительства РФ от 10.04.2023 N 580 «О разработке и утверждении профессиональных стандартов» (вместе с «Правилами разработки и утверждения профессиональных стандартов»).
4. Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».
5. Приказ Минтруда России от 18.07.2024 N 359 «Об утверждении методических рекомендаций по разработке и актуализации профессионального стандарта».
6. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 26.08.2020 № 438 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения» (Зарегистрирован 11.09.2020 № 59784).
7. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (Зарегистрирован 21.09.2022 № 70167).
8. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (Зарегистрирован 22.04.2025 № 81928).
9. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (Зарегистрирован 13.08.2021 № 64644).
10. Приказ Минобрнауки России от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования».
11. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации №266 от 24.03.2025 г. «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
12. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утверждённый Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., рег. N 51397

## 1.2. Цель реализации программы

Целью программы профессиональной переподготовки «Практическое управление в сфере маркетинга и продаж» является формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области управления маркетингом и продажами, включая разработку маркетинговых стратегий, управление клиентским опытом, организацию работы отдела продаж и цифровой маркетинг.

В соответствии с поставленной целью в процессе обучения реализуются следующие задачи:

- формирование системного понимания принципов и инструментов стратегического и операционного маркетинга, включая анализ рыночной среды, сегментирование, позиционирование и брендинг;
- изучение современных моделей управления продажами, методов построения воронки продаж, управления клиентским опытом (Customer Experience, CX) и повышения лояльности потребителей;
- развитие навыков разработки и реализации маркетинговых стратегий, планирования маркетингового бюджета, оценки эффективности маркетинговых мероприятий (ROMI, ROI);
- освоение инструментов цифрового маркетинга: SEO, контекстная и таргетированная реклама, маркетинг в социальных сетях (SMM), контент-маркетинг, e-mail-маркетинг, веб-аналитика;
- формирование компетенций в области управления отделом продаж: постановка KPI, мотивация и обучение персонала, управление территориальными продажами, работа с ключевыми клиентами (Key Account Management);
- овладение методами маркетингового анализа и прогнозирования: анализ потребительского поведения, оценка емкости и доли рынка, бенчмаркинг, анализ конкурентной среды, ценообразование;
- развитие навыков переговорной деятельности и построения долгосрочных партнерских отношений с контрагентами (B2B и B2C коммуникации).

### 1.3. Планируемые результаты освоения программы

Процесс освоения программы профессиональной переподготовки **«Практическое управление в сфере маркетинга и продаж»** направлен на формирование следующих профессиональных компетенций (ПК) и индикаторов их достижения (ИПК).

Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ИПК
<b>ПК-1</b> – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИПК-1.1. Знает методы системного анализа проблемных ситуаций и выработки стратегии действий ИПК-1.2. Умеет применять системный подход для критического анализа проблемных ситуаций ИПК-1.3. Владеет навыками выработки стратегии действий на основе системного анализа
<b>ПК-2</b> – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИПК-2.1. Знает методы организации работы команды и выработки командной стратегии ИПК-2.2. Умеет руководить работой команды и координировать действия ее членов ИПК-2.3. Владеет навыками выработки и реализации командной стратегии для достижения поставленных целей
<b>ПК-3</b> – Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать	ИПК-3.1. Знает современные техники и методики сбора, обработки и анализа данных, включая интеллектуальные информационно-аналитические системы

интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ИПК-3.2. Умеет применять продвинутые методы обработки и анализа данных для решения управленческих и исследовательских задач ИПК-3.3. Владеет навыками использования интеллектуальных информационно-аналитических систем при решении управленческих задач
<b>ПК-4</b> – Способен организовывать работу маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации, создавать и развивать стратегическую систему для выполнения маркетинговых функций в организации, руководить работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации	ИПК-4.1. Знает методы организации работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации и проектной деятельности ИПК-4.2. Умеет создавать и развивать стратегическую систему для выполнения маркетинговых функций в организации ИПК-4.3. Владеет навыками руководства работами по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации

В результате успешного освоения программы слушатели должны:

**Знать:**

- методы системного анализа проблемных ситуаций и выработки стратегии действий;
- методы организации работы команды и выработки командной стратегии;
- современные техники и методики сбора, обработки и анализа данных, включая интеллектуальные информационно-аналитические системы;
- методы организации работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации и проектной деятельности;
- современные инструменты стратегического и операционного маркетинга, управления продажами и цифрового маркетинга.

**Уметь:**

- применять системный подход для критического анализа проблемных ситуаций;
- руководить работой команды и координировать действия ее членов;
- применять продвинутые методы обработки и анализа данных для решения управленческих и исследовательских задач;
- создавать и развивать стратегическую систему для выполнения маркетинговых функций в организации;
- разрабатывать маркетинговые стратегии, планировать бюджет и оценивать эффективность маркетинговых мероприятий.

**Владеть:**

- навыками выработки стратегии действий на основе системного анализа;
- навыками выработки и реализации командной стратегии для достижения поставленных целей;
- навыками использования интеллектуальных информационно-аналитических систем при решении управленческих задач;
- навыками руководства работами по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации;
- инструментами управления отделом продаж, цифрового маркетинга и переговорной деятельности.

Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине – знания, умения и навыки (опыт деятельности), характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы, представлены в соответствующих разделах рабочих программ дисциплин. Распределение компетенций по дисциплинам представлено в Приложении 2.

#### 1.4. Категория слушателей

К освоению дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

#### 1.5. Форма обучения.

Форма обучения очно-заочная с применением ДОТ.

#### 1.6. Срок обучения

Трудоемкость обучения - 500 часов, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя. Общий срок обучения – 7 месяцев.

#### 1.7. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы

- диплом о профессиональной переподготовке установленного образца.

**1.8. Структурное подразделение, реализующее программу – Высшая школа менеджмента СГЭУ.**

## 2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Объем программы: 500 часов.

Форма обучения: очно-заочная с применением ДОТ.

	Название дисциплин	Общая трудоемкость, час	Аудиторные занятия (час.), в т.ч.				Самост. работа, час	Промежуточная аттестация, час	Форма промежуточной аттестации
			всего	лекции	практ. занятия	иные виды учебных занятий			
1	Среда бизнеса	20	8	4	4		11	1	зачет
2	Цифровая экономика и трансформация бизнеса	15	8	4	4		6	1	зачет
3	Менеджмент	50	36	16	16	4	12	2	экзамен
4	Маркетинг	80	66	20	30	16	12	2	экзамен
5	Управление персоналом	38	24	8	12	4	12	2	экзамен
6	Финансовый менеджмент	18	4	2	2		12	2	экзамен
7	Технология бизнес-планирования	30	20	12	8		8	2	экзамен
8	Брендинг	28	20	8	12		6	2	экзамен

9	Маркетинговые исследования	19	12	6	6		6	1	зачет
10	Интернет-маркетинг	19	12	6	6		6	1	зачет
11	Поведение потребителей	16	8	4	4		6	2	экзамен
12	Навыки эффективного руководителя	41	34			34	6	1	зачет
	Итого	374	252	90	104	58	103	19	
13	Итоговая аттестационная работа	126	80			80	40	6	экзамен
	<b>Всего</b>	<b>500</b>	<b>332</b>	<b>90</b>	<b>104</b>	<b>138</b>	<b>143</b>	<b>25</b>	

\* Иные виды учебных занятий и учебных работ: семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

### **3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

Срок обучения по программе	Объем программы	Форма обучения	Начало учебных занятий	Окончание учебных занятий	Количество занятий в неделю
7 месяцев	500 часов	Очно-заочная с применением ДОТ	В соответствии с утвержденным расписанием занятий	В соответствии с утвержденным расписанием занятий	В соответствии с утвержденным расписанием занятий

Срок получения образования в очной форме обучения, включая каникулы, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 19 месяцев. Обучение проводится в виде очных занятий по субботам с 9.45 до 17.00, а также 1 раз в месяц в виде вебинаров в вечернее время с 19.00 до 21.30, за исключением праздничных и каникулярных дней. При обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, срок получения образования составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения.

### **4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН**

Рабочие программы дисциплин (модулей) хранятся в подразделении, реализующем программу профессиональной переподготовки. В электронном виде - размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГАОУ ВО «СГЭУ» и на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

## 5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Форма итоговой аттестации – защита итоговой аттестационной работы

## 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

### 7.1. Материально-техническое обеспечение

Наименование аудиторий, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория для проведения лекционных занятий	лекция	Комплекты ученической мебели, компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска, флипчарт, бумага, маркеры
Аудитория для практических занятий	практические занятия	Комплекты ученической мебели, компьютеры с выходом в интернет, мультимедийный проектор, экран, доска, флипчарт, бумага, маркеры

ФГАОУ ВО «СГЭУ» располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"). Электронная информационно-образовательная среда СГЭУ обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения ДПО;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети "Интернет". Функционирование электронной информационно-образовательной среды СГЭУ обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации и Положению о порядке функционирования электронной информационно-образовательной среды СГЭУ, утв. Приказом и.о. ректора №574-ОВ от 23.11.2016г.

На сегодняшний день с СГЭУ сформирована и активно используется современная информационно-образовательная среда. Для слушателей круглосуточно, в любом месте доступна база учебных материалов по всем дисциплинам и система веб-коммуникации с высоким уровнем информационной безопасности MS Teams (для проведения занятий в режиме виртуального присутствия и вебинаров).

В учебном процессе ВШМ активно использует технологию виртуального взаимодействия со слушателями.

Т.к. слушатели программы работают, занимают ответственные посты и не всегда могут посещать аудиторные занятия, ВШМ все занятия на территории университета обеспечивает возможностью дистанционного (виртуального) присутствия. При этом используются возможности платформы AdobeConnect, что позволяет слушателям не просто посмотреть запись занятия, но и принять в его работе непосредственное участие. При наличии у слушателя устройства, оснащённого камерой и микрофоном, он может задать вопросы как аудитории присутствующей очно на занятии, преподавателю, так и ответить на их вопросы. Возможность дистанционного (виртуального) погружения в учебный процесс является несомненным плюсом для тех слушателей, которые по каким-либо причинам ограничены в возможности посещать все значимые занятия преподавателей.

## 7.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень используемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов по программе профессиональной переподготовки является частью рабочей программы дисциплины.

## 7.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

### Сведения о научно-педагогических работниках (внешних совместителях), привлекаемых к реализации программы

№ п/п	Наименование дисциплины	Фамилия, имя, отчество	Год рождения	Ученая степень, ученое звание	Стаж работы	Основное место работы, должность	Образование
1	Среда бизнеса	Вагин Сергей Геннадьевич	1978	д.э.н., проф.	23 г.	Заместитель директора Федерального методического центра по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования НИУ ВШЭ	Куйбышевский гос. университет
		Токар Ефим Яковлевич	1968	к.ю.н., доц	34 г.	Председатель коллегии адвокатов "Lex", член Совета Палаты адвокатов Самарской области, советник по правовым вопросам European Consultants Unit)	Куйбышевский гос. университет

2	Цифровая экономика и трансформация бизнеса	Золотовицкий Аркадий Владимирович	1973	к.т.н., доц	20 л.	директор по развитию и партнер компании-разработчика программного обеспечения i-Sys	Самарский государственный экономический университет"
3	Общий менеджмент	Вагин Сергей Геннадьевич	1978	д.э.н., проф.	23 г.	Заместитель директора Федерального методического центра по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования НИУ ВШЭ	Куйбышевский гос. университет
4	Маркетинг	Римм Ксения Сергеевна	1977	-	20 л.	Директор по стратегическому развитию и маркетингу ГК «XXI ВЕК», бизнес-тренер	Поволжская государственная академия телекоммуникаций и информатики
5	Финансовый менеджмент	Наумова Ольга Александровна	1986	к.э.н., доц	15 л. 4 м.	СГЭУ, доцент кафедры учета, анализа и экономической безопасности	Куйбышевский гос. университет
6	Управление персоналом	Григорьев Владимир Павлович	1958	-	39 л.	Председатель правления Самарского кадрового клуба	Самарская государственная экономическая академия
7	Технология бизнес-планирования	Ванина Элла Георгиевна	1973	к.э.н., доц	15 л.	СГЭУ, директор Высшей школы менеджмента	Куйбышевский плановый институт
№ п/п	Наименование дисциплины	Фамилия, имя, отчество	Год рождения	Ученая степень, ученое звание	Стаж работы	Основное место работы, должность	Образование
8	Брендинг	Карандаева Ирина геннадьевна	1966	-	33 г.	ООО "Генеральная линия", основатель и арт-директор	Куйбышевский гос. университет
9	Реклама	Кучерявая Светлана Сергеевна	1977	-	22 г.	Директор по маркетингу ПМК "Весна"	СамГТУ
10	Маркетинговые исследования	Ванина Элла Георгиевна	1973	к.э.н., доц	15 л.	СГЭУ, директор Высшей школы менеджмента	Куйбышевский плановый институт
11	Поведение потребителей	Римм Ксения Сергеевна	1977	-	20 л.	Директор по стратегическому развитию и маркетингу ГК «XXI ВЕК», бизнес-тренер	Поволжская государственная академия телекоммуникаций и информатики
12	Интернет-маркетинг	Лосевская Елена Николаевна	1983	-	18	Директор по маркетингу Лаборатории нейроисследований СМАРТСЛАБ (СамГМУ)	Самарский государственный университет

		Панкратов Андрей Витальевич	1980	-	21	Генеральный директор интернет- агентства "ЭДМАРКЕТ- ПРО"	Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева
--	--	-----------------------------------	------	---	----	--	--

### **8. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ**

Составитель – Ванина Э.Г., к.э.н, доцент, директор Высшей школы менеджмента

**Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ППП «Практическое управление в сфере маркетинга и продаж» согласно профессиональным стандартам**

Код и наименование профессионального стандарта (проекта)	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			Код и наименование профессиональной компетенции выпускника
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	
Профессиональный стандарт «Маркетолог», утверждённый Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., рег. N 51397	С	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации	С/01.8	8	ПК 1. Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации. Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации. Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации.

Таблица компетенций по дисциплинам программы

№	Дисциплина	Коды компетенций			
		ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4
1	Среда бизнеса	+			
2	Цифровая экономика и трансформация бизнеса		+		+
3	Менеджмент			+	
4	Маркетинг			+	+
5	Управление персоналом				+
6	Финансовый менеджмент		+		
7	Технология бизнес-планирования				+
8	Брендинг	+		+	
9	Маркетинговые исследования	+			+
10	Интернет-маркетинг	+			+
11	Поведение потребителей				
12	Навыки эффективного руководителя			+	+
13	Итоговая аттестационная работа		+		+