

Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Корпоративный университет РЖД»

УТВЕРЖДАЮ
Директор
АНО ДПО «Корпоративный
университет РЖД»



Р.В.Баскин
2022 г.

**Программа повышения квалификации
«Маркетинг для руководителей»**

1. Цель реализации программы

Программа направлена на развитие компетенций и освоение бизнес-инструментов, необходимых для эффективной реализации приоритетных задач, стоящих в рамках маркетинговой стратегии перед руководителями ОАО «РЖД».

Программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом 38.03.02 «Менеджмент», в соответствии с которым в рамках программы делается упор на развитие следующей компетенции: владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

В соответствии с решением, закрепленным протоколом заседания правления ОАО «РЖД» № 25 от 13.05.2019 г., утверждено Положение о модели корпоративных компетенций ОАО «РЖД». В рамках программы развиваются следующие корпоративные компетенции:

- управление клиентоориентированностью.

2. Планируемые результаты обучения

По результатам прохождения программы повышения квалификации «Маркетинг для руководителей» слушатели приобретут:

- знание специфики применения инструментов поведенческой экономики при управлении в компании;
- знание основных тенденций трансформации поведения покупателей в условиях цифровизации;
- знание основных критериев сегментирования рынка;
- знание основных характеристик ценностного предложения продукта;
- понимание процесса управления клиентским опытом;
- знание основных подходов к формированию стратегии продвижения продукта на рынке.

3. Содержание программы

Учебный план

Категория слушателей: руководители стратегического и тактического уровней управления ОАО «РЖД».

Нормативный срок освоения программы: 19 академических часов.

Продолжительность обучения по программе: в соответствии с согласованным календарным учебным графиком.

Форма обучения: очно-заочная (с отрывом от работы).

№ п/п	Наименование учебных разделов	Всего, ак. час	В том числе				Промежуточная аттестация
			электрон. обучение	лекции, тренинги, семинары, деловые игры, консультации		стажировки, практическая, самостоятельная работа	
				дист.	ауд.		
1	Поведенческая экономика: основные принципы и инструменты	9				9	
2	Управление клиентоориентированностью компании	9			9		
Итоговая аттестация		1	Зачет				
Итого часов по программе		19			9	9	

Виды учебных занятий и учебных работ: мастер-класс, предусматривающий использование интерактивных презентаций, анализ практических ситуаций; самостоятельное освоение учебного материала.

Рабочая программа

№ п/п	Наименование учебных разделов и подразделов	Всего, ак. час.	В том числе				Промежуточная аттестация
			Дистанц. образоват. технологии, электрон. обучение	Лекции, тренинги, семинары, деловые игры		Стажировки, практическая, самостоятельная работа	
				дист.	ауд.		
1	Поведенческая экономика: основные принципы и инструменты	9				9	
1.1	Как поведенческая экономика меняет представление о человеке	1				1	
1.2	Поведенческая экономика: глупости, которые мы совершаем	1				1	
1.3	Поведенческая экономика: предсказуемая иррациональность	4				4	
1.4	Психология принятия решений	3				3	
2	Управление клиентоориентированностью компании	9			9		
2.1	Изменение поведения покупателей в условиях цифровизации	1			1		
2.2	Изучение потребностей целевого сегмента	2			2		
2.3	Проектирование	2			2		

	ценностного предложения продукта					
2.4	Управление клиентским опытом	2			2	
2.5	Маркетинговые коммуникации: продвижение продукта	2			2	
Итоговая аттестация		1	Зачет			
Итого часов по программе		19			9	9

4. Календарный учебный график

Календарный учебный график согласовывается с заказчиком дополнительно.

5. Формы аттестации, оценочные материалы и иные компоненты

По окончании всей программы повышения квалификации предусмотрена итоговая аттестация в форме зачета, который оценивается экспертно преподавателем, основываясь на полученных ответах от слушателей. Примерный перечень вопросов, затрагивающих все учебные разделы программы, представлен в Приложении 1.

6. Организационно-педагогические условия

6.1. Материально-технические условия реализации программы

Оборудование, материалы и принадлежности, необходимые для реализации обучения по программе:

- компьютер с ОС не ниже Windows 7;
- колонки для компьютера;
- микрофон для компьютера;
- проектор и экран для проектора (альтернатива – мультимедийная доска / плазменная панель);
- столы, стулья (по количеству слушателей и для преподавателя);
- флипчарты;
- блокноты для флипчарта;
- бумага А4;

- маркеры для флипчарта;
- разноцветные стикеры (бумага с клеевым краем);
- канцелярские товары;
- бейджи (на каждого слушателя с указанием ФИО).

Для самостоятельного освоения учебного материала слушатели получают информацию по электронной почте.

6.2. Учебно-методическое обеспечение программы

Для реализации обучения в рамках программы используются:

- методические и раздаточные материалы для слушателей (по количеству слушателей);
- материалы для самостоятельного изучения слушателями;
- методические материалы преподавателя.

Список рекомендуемой литературы

1. Балахнин И. Маршрут построен! Применение карт путешествия потребителя для повышения продаж и лояльности. – М.: Альпина Паблишер, 2019.
2. Казакевич А. E-commerce: Как завоевать клиента и не потерять деньги. – М.: Альпина Паблишер, 2019.
3. Кеннеди Д. Жесткий директ-маркетинг: Заставьте покупателя достать бумажник. – М.: Альпина Паблишер, 2017.
4. Кхалса М., Иллинг Р. Честные продажи = клиенты навсегда: Сделки, ориентированные на долгосрочные отношения. – М.: Альпина Паблишер, 2020.
5. Риннэ Л., Роджерс С., Мун Ш. Истинная лояльность: Как взломать код верности клиента. – М.: Альпина Паблишер, 2020.
6. Россман Р., Дюрден М. Дизайн впечатлений: Инструменты и шаблоны создания у клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом. – М.: Альпина Паблишер, 2021.
7. Фейдер П., Томс С. Клиентоцентричность: Отношения с потребителями в цифровую эпоху. – М.: Альпина Паблишер, 2021.
8. Черри П. Продающие вопросы: Эффективный способ выяснить, чего действительно хотят ваши клиенты. – М.: Альпина Паблишер, 2021.

9. Щепин Е. Энергия клиента: Как окупается человеческий подход в бизнесе. – М.: Альпина Паблишер, 2021.

Электронные ресурсы

1. Электронно-библиотечная система ALPINA DIGITAL – электронная библиотека <https://curzd.alpinadigital.ru/>.

6.3. Требования к профессорско-преподавательскому составу:

К преподаванию привлекаются лица, соответствующие требованиям раздела «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования» Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, утвержденного Приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 11 января 2011 г. №1н.

6.4. Особенности реализации программы

В целях повышения качества образовательного процесса при достижении планируемых результатов, обучение по программе повышения квалификации «Маркетинг для руководителей» может осуществляться с использованием сетевой формы.

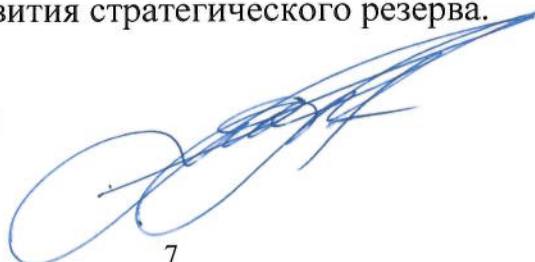
Порядок реализации образовательной программы с использованием сетевой формы осуществляется в соответствии с локальными нормативными актами АНО ДПО «Корпоративный университет РЖД».

7. Составители программы

Рабочая группа АНО ДПО «Корпоративный университет РЖД»:

- Сорокина А.В., к.экон.наук, начальник Центра развития стратегического резерва;
- Гришина Н.В., главный специалист по методическому сопровождению Центра развития стратегического резерва.

Начальник Центра развития
стратегического резерва



А.В. Сорокина

Программа повышения квалификации «Маркетинг для руководителей» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Корпоративного университета РЖД и рекомендована к использованию в образовательном процессе. Протокол заседания учебно-методической комиссии № 57 от 18 ноября 2022 года.

Заместитель директора
по научно-методической работе



А.В.Шобанов

**Процедура проведения итоговой аттестации и перечень вопросов
по программе повышения квалификации
«Маркетинг для руководителей»**

Процедура проведения итоговой аттестации

Итоговая аттестация по программе повышения квалификации «Маркетинг для руководителей» завершает изучение учебных разделов и проходит в форме зачета.

Оценка «зачтено» выставляется слушателю, который в полном объеме усвоил программный материал, не допускает существенных ошибок в ответах на поставленные вопросы.

Оценка «не зачтено» выставляется слушателю, который освоил материал программы повышения квалификации не в полном объеме, допускает существенные ошибки в ответах на поставленные вопросы.

Примерный перечень вопросов

- 1) Приведите краткое описание поведенческой экономики как направления экономической теории.
- 2) Опишите процесс принятия решения в условиях риска в соответствии с постулатами поведенческой экономики.
- 3) Приведите примеры иррационального поведения и опишите как этим поведением можно управлять.
- 4) Перечислите и охарактеризуйте основные изменения поведения покупателей за последние 5 лет.
- 5) Перечислите подходы к выбору критериев сегментирования рынка.
- 6) Каким образом критерии выбора целевого сегмента взаимосвязаны со стратегией компании?
- 7) Приведите основные характеристики ценностного предложения основного продукта вашей компании.
- 8) Приведите описание процесса выстраивания карты клиентского опыта.
- 9) Перечислите основные каналы коммуникации, которые используются в Вашей компании при продвижении продукции?
- 10) Дайте краткую характеристику цифровых коммуникаций с клиентами, которые используются в Вашей компании при продвижении продукции.