

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1 Учебный план программы повышения квалификации «Интегрированные маркетинговые коммуникации в области развития железнодорожных вокзальных комплексов (внеклассные вокзалы)»

№ п/п	Наименование модулей и тем	Трудо- ёмкость (час)	В том числе		Форма аттестации
			лекции	практи- ческие занятия, тренинги	
1-й и 2-й дни					
1	Система интегрированных маркетинговых коммуникаций в железнодорожных вокзальных комплексах: элементы, их формы и содержание	16	–	16	
1.1	Элементы и критерии эффективности маркетинговых коммуникаций в железнодорожных вокзальных комплексах	8	–	8	
1.2	Методы, виды, этапы проведения маркетинговых исследований	8	–	8	
3-й – 5-й дни					
2	Интегрированные маркетинговые коммуникации как концепция продвижения товаров и услуг компании	22	–	22	
2.1	Инновационная трансформация маркетинга в ОАО «РЖД»	6	–	6	
2.2	Управление взаимоотношениями с клиентами, ориентированными на потребителя	8	–	8	
2.3	SMM-продвижение в социальных сетях	8	–	8	
	Итоговая аттестация	2	–	–	2 экзамен
	Итого часов по программе	40	–	40	2