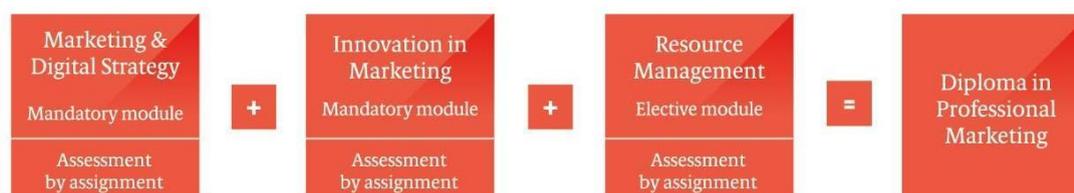


СИМ Уровень 6 Ресурсный Менеджмент

Управление ресурсами — это модуль, весом в 17 кредитов, который относится к квалификации СИМ Уровень 6.



СИМ выдаёт Диплом 6 уровня квалификации по профессиональному маркетингу после успешного окончания трёх модулей.

Модуль Ресурсный менеджмент можно изучать как отдельный модуль, в этом случае СИМ выдаст «Сертификат 6 уровня квалификации в области управления ресурсами».

Цели модуля

Модуль учит адаптировать и использовать стратегический подход в реализации маркетинговых планов, чтобы достигать целей и задач как маркетинга, так и бизнеса в целом.

Вы получите знания и навыки по управлению финансами, которые необходимы для того, чтобы возратить все маркетинговые инвестиции, научитесь оперировать всеми ресурсами, которые необходимы для успешного и эффективного менеджера.

Структура модуля

Модуль состоит из трех юнитов, которые в свою очередь включают по два результата обучения. Каждый результат обучения оценивается по соответствующим критериям. Для получения итоговой оценки требуется представить квалификационную письменную работу, выполненную на основе самостоятельно выбранной темы и компании.

Результаты обучения и критерии оценки, наряду с ориентировочным содержанием, подробно описаны ниже.

Диплом CIM Level 6 по профессиональному маркетингу

Информация о программе включает:

- Ключевые компетенции в профессиональном маркетинге
- Уровень 6: структура квалификации
- Для кого эта программа?
- Требования к поступающему на программу
- Траектория обучения
- Прогресс
- Кредиты и общая длительность
- Форма обучения
- Какая методология и система оценивания?
- Как и когда квалификационная работа отправляется для оценивания?
- Градиенты оценки
- Когда будут изданы полученные результаты?
- Технические характеристики модуля
- Командные слова

Содержание Модуля «Ресурсный Менеджмент»

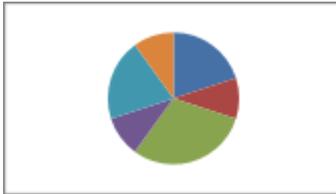
Уровень 6	Количество кредитов: 17	Общая длительность квалификации: 170 часов Длительность управляемого обучения: 150 часов
-----------	-------------------------	---

Цель

Этот модуль развивает знания и навыки применения инструментов достижения сбалансированного сочетания человеческих, финансовых и технологических ресурсов с целью реализации маркетинговых проектов. Модуль охватывает три блока: первый блок сфокусирован на развитии, управлении и работе маркетинговой команды; второй охватывает оценку структуры ресурсов и разработку планов повышения производительности; третий развивает навыки управления и оценки финансовых показателей в маркетинге.

Оценивание

Вес каждого задания

Квалификационная письменная работа		LO 1 – 20% LO 2 – 20% LO 3 – 15% LO 4 – 15% LO 5 – 15% LO 6 – 15%
------------------------------------	---	--

Общие результаты обучения

По окончании данного модуля студенты будут способны:

Управление людьми

- развивать и управлять командой маркетологов
- достигать высоких показателей результативности в маркетинге с помощью персонала

Маркетинговые ресурсы

- оценивать эффективность существующих ресурсов
- оптимизировать имеющиеся ресурсы и разрабатывать планы повышения результативности в маркетинге

Финансовые показатели в маркетинге

- использовать актуальные подходы к управлению маркетинговым бюджетом

анализировать, оценивать и представлять финансовую результативность маркетинговой функции

Юнит 1: Управление людьми

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
1. Развивать и управлять командой маркетологов	1.1 Проанализировать текущую эффективность сочетания навыков в маркетинговой команде и внешних аутсорсинговых связей.	<ul style="list-style-type: none"> - компетентности в маркетинге - аудит навыков - анализ потребностей в обучении - планы развития - взаимоотношения с аутсорс-контактами - непрерывный организационный рост - социальные проблемы, нормативные документы, движения/инициативы
	1.2 Оценить планируемую деятельность маркетинговой команды в достижении маркетинговых целей и обеспечении потребностей клиентов.	<ul style="list-style-type: none"> - оперативное планирование - внутренний процесс - структура маркетинга - управление командой - развитие команды - индивидуальное развитие - кросс-функциональные отношения - устойчивый маркетинг - устойчивость показателей, составление отчетов
	1.3 Оценить эффективность работы и способов решения конфликтов в маркетинговой команде	<ul style="list-style-type: none"> - критерии эффективности - эффективная коммуникация - управление конфликтами - создание команды - организационная культура - эффективные практики работы во время пандемии

Результаты обучения Студенты будут:	Критерии оценивания Студент должен:	Ориентировочное содержание
2. Достигать высоких показателей результативности в маркетинге с помощью персонала	2.1 Проанализировать маркетинговую информацию и порекомендовать пути улучшения производительности маркетинговой команды	<ul style="list-style-type: none"> - актуальная маркетинг информация - построение процессов - эффективная коммуникация и сотрудничество - связь между эффективностью персонала и полученными результатами
	2.2 Оценить уровень производительности и принять необходимые действия по их улучшению	<ul style="list-style-type: none"> - управление производительностью команды - мотивационные приемы - стратегия подбора персонала - дисциплинарные и исковые процедуры
	2.3 Оценить подходы к рекрутингу членов эффективной маркетинговой команды	<ul style="list-style-type: none"> - понимание ландшафта найма и общих тенденций маркетинга - культурное соответствие - выбор команды - стратегии приёма на работу - устойчивость команды - управление талантами - аутсорсинг - отношение с HR

Юнит 2: Маркетинговые Ресурсы

Результаты Обучения Студенты будут:	Критерии Оценивания Студент должен:	Ориентировочное Содержание
3. Оценивать эффективность существующей комбинации ресурсов	3.1 Проанализировать текущую эффективность использования технологий в организации	<ul style="list-style-type: none"> - CRM - Цифровые платформы и сообщества - Данные, анализ, отчетность - Тенденции, а также достижения в технологиях - Влияние на маркетинг - Трёхсторонние отношения (агентства) - Искусственный Интеллект (ИИ)
	3.2 Проанализировать текущую эффективность использования данных в организации	<ul style="list-style-type: none"> - Соблюдение соответствующего законодательства – например, GDPR в Великобритании - Аудит данных - Мониторинг данных и контроль - Отслеживаемость и проверка - Влияние количественной оценки - Как/где это использовать
4. Разработать план по оптимизации, имеющиеся ресурсов и повышению результативности в маркетинге	4.1 Оценить сбалансированность комбинации ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> - Аудит комбинации ресурсов - Баланс человеческих, финансовых, материальных, технологических и информационных ресурсов в достижении необходимых результатов - Риски и преимущества – текущие и будущие - Пробелы анализа

	4.2 Рекомендовать улучшения в комбинации ресурсов на основании результатов аудитов	<ul style="list-style-type: none">- Проектное планирование- Корректировка текущих планов/реструктуризация- Мониторинг и обзор- Организационная прозрачность и гарантии по всей цепочке создания ценности- Дорожные карты внедрения устойчивого развития- Совершенствование управления данными
--	--	--

Юнит 3: Финансовые показатели в маркетинге

Результаты Обучения Студенты будут:	Критерии Оценивания Студент должен:	Ориентировочное Содержание
5. Использовать актуальные подходы к управлению маркетинговым бюджетом	5.1 Обсудить делегированные бюджеты с командой, а также согласовать временные бюджеты	<ul style="list-style-type: none"> - методы составления бюджета - определние процессов - конкретный бюджет (запуск нового продукта, позиционирование бренда, коммуникационные кампании) - устойчивое бюджетирование
	5.2 Использовать эффективные управленческие процессы для маркетинговых операций	<ul style="list-style-type: none"> - эффективное управление затратами (планирование, оценка, бюджетирование, финансирование, управление, контроль) - цифровые системы управления затратами
6. Анализировать, оценивать и представлять финансовую результативность маркетинговой функции	6.1 Создать систему, позволяющую осуществлять контроль финансовых показателей в маркетинге	<ul style="list-style-type: none"> - прозрачное ведение делопроизводства - вариационный анализ - корректировка бюджета - таблица баланса - прибыль и убытки (P&L)

Результаты Обучения Студенты будут:	Критерии Оценивания Студент должен:	Ориентировочное Содержание
	6.2 Оценить, а также составить отчет по финансовой производительности маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> - рентабельность маркетинговых инвестиционных расходов - продажи - денежный поток - доля рынка - стороны, заинтересованные в финансовых отчетах - воздействие / вклад в окружающую среду - социальное управление



CIM

Чартерный институт маркетинга

Moor Hall

Cookham

Maidenhead

Berkshire SL6 9QH

Великобритания

Телефон: 01628 427500

www.cim.co.uk