НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
Институт дополнительного профессионального образования НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург

УТВЕРЖДАЮ
Директор по дополнительному
профессиональному образованию
_____ Е.А. Коваль
_____ 20__ г.

МП

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Бренд-менеджмент»
на 2018-2019 учебный год

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: приобретение системных знаний для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере бренд-менеджмента с формированием/совершенствованием компетенций: знание основных приемов создания брендов и управления ими, понимание сущности бренда; формирование приверженности бренду; овладение основами стратегического планирования, анализа информации, получаемой из различных источников, сопоставления данных, формирования аргументационной базы для принятия решений в области маркетинга и управления брендом.

Категория слушателей: руководители и специалисты по менеджменту, маркетингу, бренд-менеджменту, управлению нематериальными активами, управлению деловой репутацией, рекламе и связям с общественностью, имеющие среднее профессиональное или высшее образование; лица, получающие высшее образование.

Трудоемкость программы: 17 зачетных единиц, 646 часов, в том числе 256 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: 6 месяцев.

Форма обучения: очно-заочная.

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеауд. работа (самостоятельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I.	**Базовая часть. Общепрофессиональные дисциплины**	**4**	**152**	**64**	**32**	**32**	**88**	
1.1	Бизнес как система	1	38	16	8	8	22	зачет
1.2.	Основы управленческих финансов	1	38	16	8	8	22	зачет
1.3.	Основы менеджмента	1	38	16	8	8	22	зачет
1.4.	Основы проектного и процессного управления	1	38	16	8	8	22	зачет
II.	**Профильная часть. Специальные дисциплины**	**11**	**418**	**184**	**104**	**80**	**234**	

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2.1	Маркетинг	1	38	24	16	8	14	экзамен
2.2	Маркетинговые исследования	1	38	16	8	8	22	экзамен
2.3	Основы бренд-менеджмента	1	38	16	8	8	22	зачет
2.4	Коммуникационная политика	1	38	16	8	8	22	зачет
2.5	Ценообразование (практикум управления ценами)	1	38	16	8	8	22	зачет
2.6	Стратегический бренд-менеджмент	1	38	16	8	8	22	экзамен
2.7	Разработка бренда	1	38	16	8	8	22	экзамен
2.8	Управление капиталом бренда и оценка стоимости бренда	1	38	16	8	8	22	экзамен
2.9	Маркетинг B2B	1	38	16	8	8	22	зачет
2.10	Интернет-маркетинг	1	38	16	8	8	22	зачет
2.11	Экспертные сессии	1	38	16	16		22	зачет
	ВСЕГО:	**15**	**570**	**248**	**136**	**112**	**322**	**5 экзаменов, 10 зачетов**
	Итоговая аттестация: подготовка и защита аттестационной работы	**2**	**76**	**8**	**4**	**4**	**68**	
	ИТОГО:	**17**	**646**	**256**	**140**	**116**	**390**	

Директор института дополнительного профессионального образования НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург _____ подпись А.К. Кадырбаева

Научный руководитель программы: д.э.н., профессор департамента менеджмента НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург Е.В. Корчагина

Исполнитель:
Ленкова Ю.С..
Тел. 644-59-11,*61228