

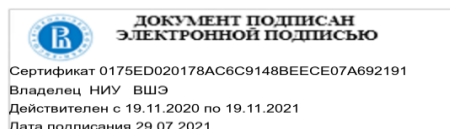


**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

Институт профессиональной переподготовки специалистов
Высшая школа бизнеса

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель первого проректора
_____ Д.Л.Волков



_____ 2021 г.
МП

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Результативный маркетинг»**

Год набора: 2021/2022.

Направление подготовки: менеджмент.

Программа «Результативный маркетинг» разработана с учетом профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366 н.

Цель программы: приобретение системных знаний для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере организации и управления маркетинговой деятельностью с формированием/совершенствованием компетенций:

- ✓ проводить анализ рынка, в том числе международного, сегментировать рынок и выбирать целевые сегменты;
- ✓ анализировать поведение потребителей;
- ✓ разрабатывать стратегию позиционирования компании;
- ✓ разрабатывать инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими;
- ✓ разрабатывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров;
- ✓ разрабатывать рекламные кампании для продвижения товаров, услуг, брендов;
- ✓ формировать средства и каналы взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации;
- ✓ разрабатывать сбытовую политику организации;
- ✓ формировать ценовую стратегию фирмы с учетом конкуренции;
- ✓ разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации;
- ✓ анализировать, оценивать и управлять результативностью маркетинговых мероприятий;
- ✓ участвовать в разработке и реализации корпоративной стратегии;
- ✓ участвовать в разработке программ повышения конкурентоспособности на основе использования знаний о современной системе управления качеством.

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие высшее образование.

Трудоемкость программы: 18 зач. единиц, 684 академических час.(в том числе 396 ауд. час.).

Минимальный срок обучения: 11 месяцев.

Форма обучения: очная.

Форма организации учебного процесса: модульная.

Нормативная численность группы: от 20 чел.

№ п/п	Наименование разделов, модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем аудиторных часов			Контактная работа*	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
I	Базовая часть	4,5	171	104	60	44		67	
	Модуль 1	4,5	171	104	60	44		67	
1.1	Система управления развитием компании	1	38	24	16	8		14	зачет
1.2	Маркетинг	1,5	57	36	20	16		21	экзамен
1.3	Финансы предприятия	1	38	24	12	12		14	зачет
1.4	Управление качеством	1	38	20	12	8		18	зачет
II	Профильная часть	12,5	475	284	152	132	24	167	
	Модуль 2	4	152	100	48	52		52	
2.1	Маркетинговые исследования	1	38	28	16	12		10	экзамен
2.2	Управление брендом	1	38	28	16	12		10	экзамен
2.3	Управление продуктом	1,5	57	28	16	12		29	экзамен
2.4	Проектная лаборатория	0,5	19	16		16		3	зачет
	Модуль 3	4	152	76	52	24	24	52	
2.5	Маркетинговые коммуникации	1	38	24	20	4		14	зачет
2.6	Организация продаж	1	38	28	16	12		10	экзамен
2.7	Ценообразование	1	38				24	14	зачет
2.8	Маркетинг на отраслевых рынках	1	38	24	16	8		14	зачет
	Модуль 4	4,5	171	108	52	56		63	
2.9	Интернет-маркетинг	1	38	24	12	12		14	зачет
2.10	Управление результативностью маркетинга	1	38	24	16	8		14	экзамен
2.11	Международный маркетинг	1	38	20	16	4		18	зачет
2.12	Перформанс маркетинг	0,5	19	16	8	8		3	зачет
2.13	Практический маркетинг	1	38	24		24		14	зачет

	ВСЕГО:	17	646	388	212	176	24	234	6 экзаменов 11 зачетов
	Итоговая аттестация: подготовка и защита проектной работы	1	38	8		8		30	
	ИТОГО:	18	684	396	212	184	24	264	

* Контактная работа в формате вебинара

Директор ИППС ВШБ

подпись

Т.И. Григорьева

Исполнитель:
Островская Л.И.
Тел. (495) 772-9590 доб.22-163