

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

программы повышения квалификации
«Семь шагов продвижения нового продукта на рынок»

Направление подготовки: маркетинг

Цель программы: освоение слушателями методологии и маркетинговых инструментов, применяемых в маркетинге для продвижения новых продуктов на рынок: формирования спроса в новой нише или создания нового рынка для технологии, продукта.

Категория слушателей: специалисты по коммерции, маркетингу, коммуникациям, развитию бизнеса, менеджеры проектов, предприниматели, имеющие высшее профессиональное образование.

Трудоемкость программы: 4 зач. ед./144 часа

Срок обучения: 3 месяца

Форма обучения: очно-заочная

Форма организации учебного процесса: модульная

Режим занятий: 2 дня в неделю по 4 часа

№ п/п	Наименование дисциплин (разделов, модулей, тем)	Трудоемкость		Объем аудиторных часов			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Форма итогового контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего	лекции	семинары/практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Модуль 1. Анализ и оценка компании	2	72	36	10	26	36	зачет
2.	Модуль 2. Программы и план продаж	2	72	36	8	28	36	зачет
	Итоговая аттестация:	зачет						
	ИТОГО:	4	144	72	18	54	72	