

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**
Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Развитие бизнеса»
на 2014 – 2015 учебный год

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: формирование системных экономических знаний и компетенций, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере развития бизнеса и позволяющих: определять модели бизнеса, обосновывать направления развития, создавать механизмы роста и управления непрерывным развитием, разрабатывать конкурентную стратегию и модели развития бизнеса, ориентированные на клиентов; осуществлять организацию многоуровневой функции развития бизнеса и продаж в компании, формировать план и бюджет развития, создавать механизмы привлечения потенциальных клиентов и их конверсии, системы развития взаимоотношений с клиентами и механизмы оценки удовлетворенности клиентов; контролировать реализацию стратегии и управлять рисками.

Категория слушателей: владельцы бизнеса и менеджеры высшего звена, имеющие высшее образование

Трудоемкость программы: 15 зачетных единиц/ 570 часов

Срок обучения: 10 месяцев

Форма обучения: очно-заочная

Форма организации учебного процесса: модульная

Режим занятий: 2 дня в неделю (8 аудиторных часов)

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин, тем	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная работа)	Форма текущего/ промежуточного контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	семинары/ практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Модуль I. Стратегическое развитие бизнеса	3	114	80	34	46	34	экзамен
1.1	Анализ внешней среды		22	16	8	8	6	контрольная работа
1.2	Стратегическое рыночное управление		36	28	12	16	8	
1.3	Цепочка создания ценности		36	28	10	18	8	контрольная работа
1.4	Групповой проект «Рыночная среда. Цепочки ценности компании» (мастерская)		20	8	4	4	12	защита группового проекта
2.	Модуль II. Отличительные преимущества компании	4	152	82	30	52	70	зачет

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин, тем	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная работа)	Форма текущего/промежуточного контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	семинары/практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2.1	Инновации и разработка новых продуктов		22	14	6	8	8	проектная работа
2.2	Потребители		22	14	6	8	8	
2.3	Управление сервисом		14	6	2	4	8	проектная работа
2.4	Сильный бренд как конкурентное преимущество		16	8	4	4	8	
2.5	Создание каналов продаж на новом рынке: дистрибуция, партнерства (кейс). Создание сети: типы, методология, запуск, управление (кейс)		16	6	-	6	10	
2.6	Конкурентные преимущества компании (кейс)		10	4	-	4	6	
2.7	Рыночное позиционирование		24	14	4	10	10	проектная работа
2.8	Групповой проект «Разработка конкурентных преимуществ компании. Новая организационная среда компании» (мастерская)		28	16	8	8	12	защита группового проекта
3.	Модуль III. Изменение организационной среды компании	1	38	28	12	16	10	зачет
3.1	Организационная диагностика и проектирование		6	4	2	2	2	
3.2	Система управления персоналом компании		10	8	2	6	2	
3.3	Обеспечивающие бизнес процессы		10	8	4	4	2	
3.4	Финансовая модель бизнеса. Экономические и финансовые показатели. Управление рисками		12	8	4	4	4	контрольная работа

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин, тем	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная работа)	Форма текущего/промежуточного контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	семинары/практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4.	Модуль IV. Формирование рыночного предложения	2	76	28	10	18	48	экзамен
4.1	Продуктовое предложение		38	14	4	10	24	кейс
4.2	Ценовое предложение		38	14	6	8	24	кейс
5.	Модуль V. Управление продажами и клиентским опытом	1	38	14	4	10	24	зачет
5.1	Интеграция каналов продаж и повышение эффективности. Стратегия многоканального обслуживания		14	6	2	4	8	
5.2	Управление функцией продаж. Основные управленческие проблемы продаж B2B и B2C. Разработка KPI (кейс)		12	4	-	4	8	
5.3	Анализ и сегментация клиентского портфеля. Рентабельность клиентов (кейс)		12	4	2	2	8	проектная работа
6.	Модуль VI. Формирование рыночной и маркетинговой стратегий	2	76	44	16	28	32	зачет
6.1	Формирование рыночной стратегии		24	14	4	10	10	
6.2	Разработка маркетинговой стратегии		24	14	4	10	10	проектная работа
6.3	Групповой проект: «Формирование рыночного предложения. Разработка рыночной и маркетинговой стратегии компании» (мастерская)		28	16	8	8	12	защита группового проекта

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин, тем	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная работа)	Форма текущего/промежуточного контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	семинары/практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
7.	Модуль VII. Формирование привлекательности предложения	1	38	28	10	18	10	зачет
7.1	<i>Наращивание продаж</i>		8	6	2	4	2	
7.2	<i>Расширение каналов сбыта</i>		10	8	2	6	2	
7.3	<i>Развитие отношений с клиентами</i>		8	6	2	4	2	
7.4	<i>Стратегии долгосрочного роста</i>		12	8	4	4	4	<i>проектная работа</i>
	ВСЕГО:	14	532	304	116	188	228	
	Итоговая аттестация: подготовка и защита аттестационной работы	1	38				38	
	ИТОГО:	15	570	304	116	188	266	