

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



УТВЕРЖДАЮ
Директор по дополнительному
профессиональному образованию
Е.А. Коваль
2015 г.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Маркетинг для профессионалов»
на 2015-2016 учебный год**

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: получение системных знаний по основам рынка, ценообразования, продаж, маркетингового анализа и планирования; совершенствование профессиональных компетенций в области основ, системы и философии современного маркетинга, позволяющих использовать интегрированные маркетинговые коммуникации и осуществлять анализ статистических показателей в маркетинге.

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие высшее образование; лица, имеющие среднее профессиональное образование.

Трудоемкость программы: 5 зачетных единиц, 190 часов.

Срок обучения: 5 месяцев.

Форма обучения: очно-заочная.

Форма организации учебного процесса: модульная.

Режим занятий: 2 дня в неделю по 4 аудиторных часа.

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин, тем	Трудоемкость		Объем аудиторных часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма итогового контроля
		в зачет- ных едини- цах	в часах	всего	лекции	семинары/ практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Модуль 1. Комплекс маркетинга	2	76	40	22	18	36	зачет
1.1	<i>Маркетинг: философия, система и основные понятия</i>		20	8	4	4	12	
1.1.1	Источники ценностей для клиента: продукт, цена, продвижение, место продаж, услуги		10	4	2	2	6	
1.1.2	Основы маркетинговых исследований		10	4	2	2	6	
1.2	Товар и торговые марки		16	8	4	4	8	
1.2.1	Классификация товаров, разработка нового товара		8	4	2	2	4	
1.2.2	Упаковка и разработка ассортиментной матрицы		8	4	2	2	4	
1.3	<i>Распределение на рынке и продажи</i>		10	8	4	4	2	

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин, тем	Трудоемкость		Объем аудиторных часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма итогового контроля
		в зачет- ных едини- цах	в часах	всего	лекции	семинары/ практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
13.1	Каналы распределения на рынке		6	4	2	2	2	
13.2	Анализ продаж		4	4	2	2	-	
1.4	Интегрированные маркетинговые коммуникации		20	8	6	2	12	
1.4.1	Цифровой маркетинг		8	4	2	2	4	
1.4.2	Интегрированные коммуникации компании		6	2	2	-	4	
1.4.3	Программа продвижения: онлайн и офлайн		6	2	2	-	4	
1.5.	Ценообразование		10	8	4	4	2	
1.5.1	Анализ ценообразования в компании		5	4	2	2	1	
1.5.2	Ценовая эластичность спроса на рынке		5	4	2	2	1	
2.	Модуль 2. Анализ	2	76	52	26	26	24	зачет
2.1	Анализ внешней среды		38	28	14	14	10	
2.1.1	Анализ статистических показателей		12	8	4	4	4	
2.1.2	Анализ мезофакторов: анализ отрасли, динамика, тенденции. Расчет рыночных показателей		10	8	4	4	2	
2.1.3	Анализ конкуренции. Модель пяти сил М.Портера		6	4	2	2	2	
2.1.4	Сегментация и выбор целевых сегментов. Описание профиля потребителя		10	8	4	4	2	
2.2	Анализ внутренней среды		26	16	8	8	10	
2.2.1	Миссия, видение, цели компании		4	2	2	-	2	
2.2.2	Финансовые показатели компании. Понятия оборот, рентабельность, издержки, валовая прибыль		4	2	2	-	2	
2.2.3	Позиционирование		10	8	2	6	2	
2.2.4	Анализ продуктового портфеля. Продуктовые матрицы (БКГ, GE)		8	4	2	2	4	
2.3	SWOT-анализ		12	8	4	4	4	
2.3.1	Анализ угроз и возможностей сильных и слабых сторон		6	4	2	2	2	
2.3.2	Разработка конфронтационной матрицы		6	4	2	2	2	

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин, тем	Трудоемкость		Объем аудиторных часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма итогового контроля
		в зачет- ных едини- цах	в часах	всего	лекции	семинары/ практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3.	Модуль 3.Маркетинговое планирование	1	38	20	14	6	18	зачет
3.1	Компетенции компании, иерархия стратегий, горизонтальное планирование компании		6	2	2	-	4	
3.2	Система сбалансированных стратегических показателей компании		6	2	2	-	4	
3.3	Маркетинговая стратегия		6	2	2	-	4	
3.4	Анализ эффективности реализации стратегии		6	2	2	-	4	
3.5	Маркетинговый план как инструмент управления. Структура маркетингового плана. Формирование бюджета		14	12	6	6	2	
	ИТОГО:	5	190	112	62	50	78	
	Итоговая аттестация:	защита итоговой работы						

Декан Высшей школы
маркетинга и развития бизнеса



подпись

Т.А. Комиссарова

Исполнитель:
Баранова Е.А.
Тел. 8 495 959 45 52

