

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

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор по дополнительному  
профессиональному  
образованию

Е.А. Коваль

2016г.



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
программы повышения квалификации  
**«Бренд-менеджмент»**  
на 2015 -2016 учебный год

**Направление подготовки:** менеджмент.

**Цель программы:** получение системных знаний, обеспечивающих понимание сущности бренда, основных приемов создания брендов и управления ими; формирование компетенций в сфере бренд-менеджмента и позволяющих: анализировать информацию, получаемую из различных источников; сопоставлять данные; делать выводы и формировать аргументационную базу для принятия решений в области маркетинга и управления брендом.

**Категория слушателей:** специалисты и менеджеры среднего звена, имеющие высшее образование и опыт профессиональной деятельности не менее 1 года; лица, получающие высшее образование (последний год обучения).

**Трудоёмкость программы:** 9 зачетных единиц, 342 часа.

**Срок обучения:** 5 месяцев.

**Форма обучения:** очно-заочная.

**Форма организации учебного процесса:** модульная.

**Режим занятий:** 3 дня (16 аудиторных часов) в неделю (2 дня по 4 часа, 1 день - 8 часов).

№ п/п	Наименование модулей	Трудоёмкость		Объем ауд. часов			Внеауди-торная (самостоя-тельная) работа	Форма промежу-точного контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего часов	лекции	семинары/практи-ческие занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Модели управления брендом	3	114	48	20	28	66	зачет
2.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	2	76	40	14	26	36	зачет
3.	Стратегия бренда и управление лояльностью	3	114	64	30	34	50	зачет
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>8</b>	<b>304</b>	<b>152</b>	<b>64</b>	<b>88</b>	<b>152</b>	

36

