

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

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по дополнительному  
профессиональному  
образованию



Е.А. Коваль  
2016 г.

МП

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН  
программы профессиональной переподготовки  
«Продакт - менеджмент технологического продукта»  
на 2016/2017 учебный год**

**Направление подготовки:** менеджмент.

**Цель программы:** формирование системных знаний и компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере продакт-менеджмента.

В результате освоения программы формируются следующие компетенции: управлять продуктами компаний-разработчиков и производителей новых, в том числе инновационных, рыночных продуктов; готовить экономическое обоснование вывода нового продукта и рассчитывать показатели эффективности инвестиционных вложений осуществлять вывод на рынок и развитие ассортимента технологичных продуктов; участвовать в разработке маркетинговой стратегии компании, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на её реализацию; анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; находить и оценивать новые рыночные возможности и потенциальные риски; формулировать бизнес-идею; использовать в практической деятельности компаний информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; анализировать конкурентную среду отрасли.

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

**Трудоёмкость программы:** 20 зачетных единиц/760 часов, в том числе 410 аудиторных часов.

**Срок обучения:** от 9 до 12 месяцев.

**Форма обучения:** очно-заочная.

**Форма организации учебного процесса:** модульная.

**Режим занятий:** 2 будних дня по 4 часа каждую неделю и 2 субботы в месяц - 48 часов в месяц.

| № п/п   | Наименование разделов, модулей, дисциплин, тем  | Трудоёмкость        |         | Объем ауд. часов |        |                                 | Внеаудиторная (самостоятельная) работа | Форма итогового контроля |
|---|---|---------------------|---------|------------------|--------|---------------------------------|--|--------------------------|
|   |   | в зачетных единицах | в часах | всего ауд. часов | лекции | семинары / практические занятия |  |                          |
| 1   | 2   | 3                   | 4       | 5                | 6      | 7                               | 8                                      | 9                        |
| <b>I. Базовые профессиональные дисциплины</b> |   |                     |         |                  |        |                                 |  |                          |
| 1.  | Управление компанией: среда, цели и задачи  | 1                   | 38      | 8                | 4      | 4                               | 30                                     | зачет                    |
| 1.1   | Компания как организация: цели и задачи управления, системы, процессы, структура, персонал, лидер |                     | 18      | 4                | 2      | 2                               | 14                                     |                          |

И.Ром

| № п/п                             | Наименование разделов, модулей, дисциплин, тем                             | Трудоемкость        |         | Объем ауд. часов |        |                                 | Внеаудиторная (самостоятельная) работа | Форма итогового контроля |
|-----------------------------------|--|---------------------|---------|------------------|--------|---------------------------------|--|--------------------------|
|                                   |  | в зачетных единицах | в часах | всего ауд. часов | лекции | семинары / практические занятия |  |                          |
| 1                                 | 2  | 3                   | 4       | 5                | 6      | 7                               | 8                                      | 9                        |
| 1.2                               | Управление изменениями   |                     | 20      | 4                | 2      | 2                               | 16                                     |                          |
| 2.                                | Современные модели маркетинга: от покупателя к потребителю                 | 1                   | 38      | 20               | 8      | 12                              | 18                                     | зачет                    |
| 2.1                               | Модели маркетинга: от продукта к потребителю                               |                     | 16      | 8                | 4      | 4                               | 8                                      |                          |
| 2.2                               | Трансформация компании: ориентация на производство, на продукт, на продажи |                     | 6       | 4                | 2      | 2                               | 2                                      |                          |
| 2.3                               | Компания, ориентированная на потребителя                                   |                     | 8       | 4                | 2      | 2                               | 4                                      |                          |
| 2.4                               | Анализ цепочки ценности компании   |                     | 8       | 4                | -      | 4                               | 4                                      |                          |
| 3.                                | Методы маркетинговых исследований  | 2                   | 76      | 28               | 14     | 14                              | 48                                     | зачет                    |
| 3.1                               | Методы маркетинговых исследований  |                     | 48      | 16               | 8      | 8                               | 32                                     |                          |
| 3.2                               | Исследование рынков  |                     | 28      | 12               | 6      | 6                               | 16                                     |                          |
| 4.                                | Статистика и финансовый анализ   | 2                   | 76      | 32               | 14     | 18                              | 44                                     | зачет                    |
| 4.1                               | Методы обработки и анализа данных  |                     | 38      | 20               | 10     | 10                              | 18                                     |                          |
| 4.2                               | Основы финансового анализа   |                     | 32      | 8                | 4      | 4                               | 24                                     |                          |
| 4.3                               | Современные маркетинговые решения компании                                 |                     | 6       | 4                |        | 4                               | 2                                      |                          |
| <b>II. Специальные дисциплины</b> |  |                     |         |                  |        |                                 |  |                          |
| 5.                                | Анализ и оценка факторов рынка   | 2                   | 76      | 36               | 18     | 18                              | 40                                     | зачет                    |
| 5.1                               | Анализ внешней среды   |                     | 34      | 20               | 10     | 10                              | 14                                     |                          |
| 5.2                               | Анализ и сегментация потребителей  |                     | 42      | 16               | 8      | 8                               | 26                                     |                          |
| 6.                                | Анализ и оценка внутренних факторов и возможностей                         | 2                   | 76      | 36               | 16     | 20                              | 40                                     | зачет                    |
| 6.1                               | Анализ маркетинг-микс компании   |                     | 46      | 28               | 12     | 16                              | 18                                     |                          |
| 6.2                               | SWOT - анализ  |                     | 30      | 8                | 4      | 4                               | 22                                     |                          |
| 7.                                | Отличительные  | 4                   | 152     | 108              | 58     | 50                              | 44                                     | зачет                    |

| № п/п                                 | Наименование разделов, модулей, дисциплин, тем                         | Трудоемкость        |         | Объем ауд. часов |        |                                 | Внеаудиторная (самостоятельная) работа | Форма итогового контроля |
|---------------------------------------|--|---------------------|---------|------------------|--------|---------------------------------|--|--------------------------|
|                                       |  | в зачетных единицах | в часах | всего ауд. часов | лекции | семинары / практические занятия |  |                          |
| 1                                     | 2  | 3                   | 4       | 5                | 6      | 7                               | 8                                      | 9                        |
|                                       | преимущества и маркетинговая стратегия                                 |                     |         |                  |        |                                 |  |                          |
| 7.1                                   | Создание потребительской ценности и отличительных преимуществ компании |                     | 28      | 24               | 12     | 12                              | 4                                      |                          |
| 7.2                                   | Цифровой маркетинг   |                     | 28      | 20               | 12     | 8                               | 8                                      |                          |
| 7.3                                   | Маркетинговая стратегия  |                     | 40      | 20               | 12     | 8                               | 20                                     |                          |
| 7.4                                   | Маркетинговая идея как основа разработки стратегии позиционирования    |                     | 36      | 28               | 16     | 12                              | 8                                      |                          |
| 7.5                                   | Дерево стратегий   |                     | 16      | 12               | 6      | 6                               | 4                                      |                          |
| 7.6                                   | Анализ и оценка маркетинговой информации                               |                     | 4       | 4                |        | 4                               |  |                          |
| <b>III. Дисциплины специализации:</b> |  |                     |         |                  |        |                                 |  |                          |
| 8.                                    | Технологический рынок: построение и анализ                             | 1                   | 38      | 28               | 14     | 14                              | 10                                     | экзамен                  |
| 8.1                                   | Технологический рынок: модели, принципы построения, источники развития |                     | 12      | 12               | 6      | 6                               | -                                      |                          |
| 8.2                                   | Системы организации, задействованные в управлении продуктом            |                     | 12      | 8                | 4      | 4                               | 4                                      |                          |
| 8.3                                   | Коммерциализация на технологическом рынке                              |                     | 14      | 8                | 4      | 4                               | 6                                      |                          |
| 9.                                    | Создание и развитие инновационного технологического продукта           | 1                   | 38      | 28               | 14     | 14                              | 10                                     | зачет                    |
| 9.1                                   | Разработка продукта  |                     | 20      | 16               | 8      | 8                               | 4                                      |                          |
| 9.2                                   | Развитие продукта  |                     | 18      | 12               | 6      | 6                               | 6                                      |                          |
| 10.                                   | Коммуникационная программа   | 1                   | 38      | 24               | 6      | 18                              | 14                                     | зачет                    |
| 10.1                                  | ATL коммуникации. Медиастратегия и медиапланирование,                  |                     | 12      | 8                | 2      | 6                               | 4                                      |                          |

| № п/п | Наименование разделов, модулей, дисциплин, тем  | Трудоемкость        |         | Объем ауд. часов |        |                                 | Внеаудиторная (самостоятельная) работа | Форма итогового контроля |
|-------|---|---------------------|---------|------------------|--------|---------------------------------|--|--------------------------|
|       |   | в зачетных единицах | в часах | всего ауд. часов | лекции | семинары / практические занятия |  |                          |
| 1     | 2   | 3                   | 4       | 5                | 6      | 7                               | 8                                      | 9                        |
|       | <i>показатели эффективности</i>   |                     |         |                  |        |                                 |  |                          |
| 10.2  | <i>BTL коммуникации. Типы и виды BTL коммуникаций, основание для выбора</i>                                 |                     | 12      | 8                | 2      | 6                               | 4                                      |                          |
| 10.3  | <i>Разработка коммуникационной программы вывода продукта на рынок и оценка эффективности</i>                |                     | 14      | 8                | 2      | 6                               | 6                                      |                          |
| 11.   | <b>Модуль X. Управление проектом коммерциализации инновационного технологического продукта (мастерские)</b> | 2                   | 76      | 46               | 4      | 42                              | 30                                     | экзамен                  |
| 11.1  | <i>Управление проектом разработки и вывода на рынок инновационного технологического продукта</i>            |                     | 18      | 8                | 4      | 4                               | 10                                     |                          |
| 11.2  | <i>Мастерская: «Управление продуктовым портфелем проекта/компании»</i>                                      |                     | 58      | 38               |        | 38                              | 20                                     |                          |
|       | <b>ВСЕГО:</b>   | 19                  | 722     | 394              | 170    | 224                             | 328                                    |                          |
|       | <b>Итоговая аттестация:</b><br>подготовка и защита аттестационной работы                                    | 1                   | 38      | 16               |        | 16                              | 22                                     |                          |
|       | <b>ИТОГО:</b>   | 20                  | 760     | 410              | 170    | 240                             | 350                                    |                          |

Декан  
Высшей школы  
маркетинга и развития бизнеса



ПОДПИСЬ

Т.А.Комиссарова

Исполнитель:  
Юшкова А.Г.  
Тел.: 8-495-959-45-52

