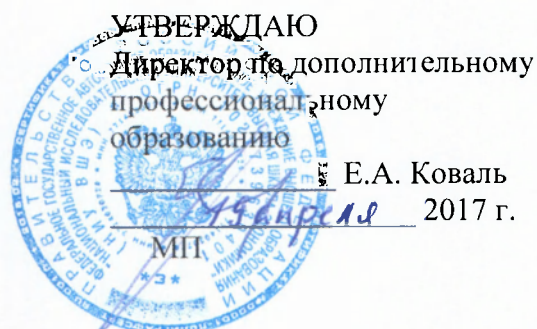


НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»  
Высшая школа маркетинга и развития бизнеса



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
программы профессиональной переподготовки  
«Развитие бизнеса»  
на 2017/2018 учебный год

**Направление подготовки:** менеджмент.

**Цель программы:** приобретение системных знаний для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере развития бизнеса с формированием компетенций: 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, в том числе 294 аудиторных часов.

**Минимальный срок обучения:** 9 месяцев.

**Форма обучения:** очно-заочная.

**Форма организации учебного процесса:** модульная.


№ п/п	Наименование модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	семинары / практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Стратегическое развитие бизнеса	3	114	80	36	44	34	экзамен
1.1	Анализ внешней среды		22	16	8	8	6	

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма контроля
		в зачет- ных едини- цах	в часах	всего ауд. часов	лек- ции	семинары / практи- ческие занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.2	Стратегическое рыночное управление		36	24	12	12	12	
1.3	Цепочка создания ценности		32	28	12	16	4	
1.4	Рыночная среда. Цепочки ценности компании (мастерская)		24	12	4	8	12	
<b>2.</b>	<b>Отличительные преимущества компании</b>	<b>3</b>	<b>114</b>	<b>64</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	<b>50</b>	<b>зачет</b>
2.1	Инновации и разработка новых продуктов		18	12	4	8	6	
2.2	Потребители		28	16	8	8	12	
2.3	Управление сервисом		18	8	4	4	10	
2.4	Сильный бренд как конкурентное преимущество		16	8	4	4	8	
2.5	Рыночное позиционирование		24	16	6	10	8	
2.6	Конкурентные преимущества компании		10	4		4	6	
<b>3.</b>	<b>Изменение организационной среды компании</b>	<b>2</b>	<b>76</b>	<b>42</b>	<b>16</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>зачет</b>
3.1	Организационная диагностика и проектирование		6	4	2	2	2	
3.2	Система управления персоналом компании		6	4	2	2	2	
3.3	Обеспечивающие бизнес-процессы		10	8	4	4	2	
3.4	Финансовая модель бизнеса. Экономические и финансовые показатели. Управление рисками		16	12	4	8	4	
3.5	Разработка конкурентных преимуществ компании. Новая		38	14	4	10	24	

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	семинары / практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	организационная модель компании (мастерская)							
<b>4.</b>	<b>Формирование рыночного предложения</b>	<b>3</b>	<b>114</b>	<b>40</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>74</b>	<b>экзамен</b>
4.1	Продуктовое предложение		40	12	4	8	28	
4.2	Ценовое предложение		36	12	6	6	24	
4.3	Управление каналами и клиентским опытом		38	16	4	12	22	
<b>5.</b>	<b>Формирование рыночной и маркетинговой стратегий</b>	<b>2</b>	<b>76</b>	<b>44</b>	<b>16</b>	<b>28</b>	<b>32</b>	<b>зачет</b>
5.1	Формирование рыночной стратегии		24	12	4	8	12	
5.2	Разработка маркетинговой стратегии		24	16	4	12	8	
5.3	Формирование рыночного предложения. Разработка рыночной и маркетинговой стратегии компании (мастерская)		28	16	8	8	12	
<b>6.</b>	<b>Формирование привлекательности предложения</b>	<b>1</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>зачет</b>
6.1	Наращивание продаж		8	6	2	4	2	
6.2	Расширение каналов сбыта		10	6	2	4	4	
6.3	Развитие отношений с клиентами		8	4	2	2	4	
6.4	Стратегии долгосрочного роста		12	8	4	4	4	
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>14</b>	<b>532</b>	<b>294</b>	<b>118</b>	<b>176</b>	<b>238</b>	<b>2 экзамена, 4 зачета</b>
	<b>Итоговая аттестация:</b> подготовка и защита аттестационной работы	<b>1</b>	<b>38</b>				<b>38</b>	

№ п/п	Наименование модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма контроля
		в зачет- ных едини- цах	в часах	всего ауд. часов	лек- ции	семинары / практи- ческие занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	<b>ИТОГО:</b>	<b>15</b>	<b>570</b>	<b>294</b>	<b>118</b>	<b>176</b>	<b>276</b>	

Декан Высшей школы маркетинга  
и развития бизнеса  
НИУ «Высшая школа экономики»



подпись

Т.А.Комиссарова

Исполнитель:  
Юшкова А.Г.  
Тел \* 12645