

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор по дополнительному
профессиональному
образованию

Е.А. Коваль
2017 г.



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Бренд - менеджмент»
на 2017/2018 учебный год**

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: приобретение системных знаний для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере бренд-менеджмента.

В результате освоения программы формируются/совершенствуются компетенции: анализировать информацию, получаемую из различных источников; сопоставлять данные, делать выводы и формировать аргументационную базу для принятия решений в области маркетинга и управления брендом; формулировать цели и задачи; оценивать необходимые материальные, человеческие, временные ресурсы для их решения; устанавливать ключевые показатели эффективности и определять механизмы контроля реализации поставленных задач.

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).

Трудоемкость программы: 19 зачетных единиц/722 часа, в том числе 348 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: 7 месяцев.

Форма обучения: очно-заочная.

Форма организации учебного процесса: модульная.

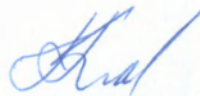
№ п/п	Наименование разделов, модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I. Базовые профессиональные дисциплины								
1.1	Управление компанией: среда, цели и задачи	1	38	8	4	4	30	зачет
1.2.	Современные модели маркетинга: от покупателя к потребителю	1	38	20	10	10	18	зачет
1.3.	Методология и методы маркетинговых исследований, обработки и анализа данных	1	38	24	12	12	14	зачет

ЗР

№ п/п	Наименование разделов, модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.4.	Статистика и финансовый анализ	1	38	24	12	12	14	зачет
1.4.1	Методы обработки и анализа данных		22	16	8	8	6	
1.4.2	Основы финансового анализа		16	8	4	4	8	
II. Специальные дисциплины								
2.1.	Анализ и оценка факторов рынка	2	76	36	16	20	40	зачет
2.1.1	Анализ внешней среды		26	12	6	6	14	
2.1.2	Анализ и сегментация потребителей		50	24	10	14	26	
2.2.	Анализ и оценка внутренних факторов и возможностей	2	76	40	18	22	36	зачет
2.3.	Стратегии и планирование	4	152	84	40	44	68	зачет
2.3.1	Создание потребительской ценности и отличительных преимуществ компании		82	44	22	22	38	
2.3.2	Дерево стратегий		70	40	18	22	30	
III. Дисциплины специализации: разработка и управление брендом								
3.1.	Создание бренда и управление брендом	4	152	64	26	38	88	зачет
3.1.1	Бренд-ориентированный маркетинг		76	28	8	20	48	
3.1.2	Разработка стратегии и управление брендом		40	20	8	12	20	
3.1.3	Аудит и оценка стоимости бренда		36	16	10	6	20	
3.2.	Коммуникации бренда	1	38	24	12	12	14	зачет
3.2.1	Креативная стратегия		10	4	4	-	6	
3.2.2	Медиастратегия и показатели эффективности ATL		6	4	2	2	2	
3.2.3	BTL коммуникаций и показатели эффективности BTL		6	4	2	2	2	

№ п/п	Наименование разделов, модулей, дисциплин	Трудоёмкость		Объем ауд. часов			Внеаудиторная (самостоятельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3.2.4	<i>TTL коммуникации и показатели эффективности TTL</i>		4	4	2	2	-	
3.2.5	<i>Разработка коммуникационной стратегии компании и оценка эффективности. Кейс</i>		12	8	2	6	4	
3.3.	Вариативный модуль, мастерские (1 мастерская на выбор)	1	38	8	-	8	30	зачет
3.3.1	<i>Формирование навыков разработки маркетинговых идей (мастерская)</i>		38	8	-	8	30	
3.3.2	<i>Краудсорсинг в маркетинге: как вовлечь тысячи людей в ваш бизнес (мастерская)</i>		38	8	-	8	30	
	ВСЕГО:	18	684	332	150	182	352	10 зачетов
	Итоговая аттестация: подготовка и защита аттестационной работы	1	38	16	-	16	22	
	ИТОГО:	19	722	348	150	198	374	

Декан
Высшей школы
маркетинга и развития бизнеса



подпись

Т.А.Комиссарова

Исполнитель:
Юшкова А.Г.
Тел.: *12645

