

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



Директор по дополнительному
профессиональному образованию
Е.А. Коваль
2017г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
для получения прикладной специализации в области маркетинга
«Master in Marketing»
на 2017/2020 учебные годы

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: комплексная подготовка с приобретением прикладной специализации в сфере маркетинга; освоение маркетингового планирования, современного теоретического и практического маркетинга, приемов создания брендов и управления ими с формированием на новом уровне системных знаний и компетенций: осуществлять маркетинговые исследования и исследования рынков, интегрированные маркетинговые коммуникации, бренд-менеджмент и маркетинг-менеджмент; анализировать информацию, получаемую из различных источников, сопоставлять данные, делать выводы и формировать аргументационную базу для принятия решений в области маркетинга; формулировать цели и задачи, оценивать необходимые материальные, человеческие, временные ресурсы для их решения.

Категория слушателей: специалисты, имеющие высшее образование; лица, завершающие получение высшего образования по программам бакалавриата и по направлениям подготовки: социология, политология, психология, менеджмент.

Трудоемкость программы: 21 зачетная единица, 798 часов, в том числе 500 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: от 16 до 18 месяцев.

Форма обучения: очно-заочная с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Форма организации учебного процесса: модульная.

№ п/п	Наименование разделов, модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Обучение с использованием ДОТ	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	5	190	100	40	60	90	
1.1	Современные модели маркетинга: от покупателя к потребителю	1	38	20	8	12	18	зачет
1.2	Методы маркетинговых исследований	2	76	36	14	22	40	зачет
1.3	Статистика и финансовый анализ	2	76	44	18	26	32	зачет

Иван

№ п/п	Наименование разделов, модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Обучение с использовани ем ДОТ	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лек- ции	практи- ческие занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
II.	Специальные дисциплины	8	304	232	108	124	72	
2.1	Анализ и оценка факторов рынка	2	76	44	18	26	32	зачет
2.2	Анализ и оценка внутренних факторов и возможностей	2	76	72	36	36	4	зачет
2.3	Отличительные преимущества компании	2	76	56	24	32	20	зачет
2.4	Стратегия маркетингового планирования	2	76	60	30	30	16	экзамен (в форме защиты проекта)
III.	Специальные модули	5	190	96	46	50	94	
3.1	Психические процессы человека и методы исследования	1	38	24	12	12	14	зачет
3.2.	Факторы, влияющие на поведение потребителей	1	38	28	14	14	10	зачет
3.3	Принятие решений: модели, типы, факторы, процесс	1	38	8	4	4	30	зачет
3.4	Психологические механизмы воздействия и модели потребителей	1	38	24	12	12	14	зачет
3.5	Разработка программы управления поведением потребителя (мастерская)	1	38	12	4	8	26	экзамен (в форме защиты проекта)
IV.	Модули специализации (по выбору не менее 1 специализации (от 114 часов))	3	114	72	38	34	42	
4.1	Специализация «Бренд-менеджмент»	3	114	72	38	34	42	
4.1.1	Бренд ориентированный маркетинг и управление брендом	1	38	32	16	16	6	зачет
4.1.2	Аудит и оценка	1	38	16	10	6	22	зачет

Иван

№ п/п	Наименование разделов, модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Обучение с использованием ДОТ	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего ауд. часов	лекции	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	стоимости бренда							
4.1.3	Коммуникации бренда	1	38	24	12	12	14	зачет
4.2	Специализация «Интегрированные маркетинговые коммуникации»	3	114	72	38	34	42	
4.2.1	Интегрированные маркетинговые коммуникации	2	76	44	24	20	32	зачет
4.2.2	Управление продажами и брендингом в цифровой среде	1	38	28	14	14	10	зачет
	ИТОГО:	21	798	500	232	268	298	10 зачетов/ 2 экзамена*
	Итоговая аттестация:	подготовка и защита аттестационной работы						

*Количество экзаменов и зачетов указано без учета форм контроля по специализации (ям).

Декан Высшей школы
маркетинга и развития бизнеса



Т.А. Комиссарова

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

Ильин