**6.61.2-01-Э/210521-4**

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

Институт дополнительного профессионального образования

НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург

|  |  |
| --- | --- |
|  | **УТВЕРЖДАЮ**  Заместитель первого проректора  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.Л.Волков  *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*\_ 20\_\_ г.  МП |

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**программыпрофессиональной переподготовки**

**«*Стратегический маркетинг*»**

**Год набора:** 2021/2022

**Направление подготовки:** менеджмент*.*

**Программа разработана с учетом профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного приказом Минтруда России от 04. 06.2018г. № 366н; квалификационных требований, указанных в квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденном постановлением Минтруда России от 21 августа 1998 г. № 37; образовательного стандарта федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по направлению подготовки 38.03.02. «Менеджмент» (2014 г.)**

**Цель программы:** приобретение системных знаний для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере стратегического маркетинга с совершенствованием компетенций:

* участвовать в разработке стратегии компании, разрабатывать функциональную стратегию маркетинга;
* планировать операционную (маркетинговую) деятельность организаций;
* эффективно управлять маркетинговыми процессами и проектами;
* понимать основные тенденции изменения потребительского поведения в новой коммуникационной среде и учитывать их в маркетинговой деятельности;
* применять современные инструменты маркетинговых исследований;
* применять современные инструменты продуктового маркетинга;
* применять современные инструменты коммуникаций с рынком;
* понимать финансовую систему бизнеса, применять инструменты бюджетирования;

Категория слушателей: руководители и специалисты маркетинговых подразделений компаний, имеющие среднее профессиональное или высшее образование

Трудоемкость программы: 8зач. ед., 304 академических час. (в том числе 152 ауд. час.).

**Минимальный срок обучения:** 6 месяцев*.*

**Форма обучения:** очно-заочная.

**Нормативная численность группы:** от 20 чел.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование разделов, дисциплин** | **Трудоемкость** | | **Объем ауд. часов** | | | **Внеаудиторная (самостоятельная) работа** | **Форма контроля** |
| **в зачетных единицах** | **в часах** | **всего часов** | **лекции** | **практические занятия** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| **I.** | **Базовая часть: общий менеджмент** | **2** | **76** | **48** | **24** | **24** | **28** |  |
| 1.1 | Стратегическая среда маркетинга | 1 | 38 | 24 | 12 | 12 | 14 | экзамен |
| 1.2 | Управление маркетинговыми проектами | 0,5 | 19 | 12 | 6 | 6 | 7 | зачет |
| 1.3 | Подходы к финансовой оценке маркетинга | 0,5 | 19 | 12 | 6 | 6 | 7 | зачет |
| **II.** | **Профильная часть: Маркетинг** | **4,5** | **171** | **88** | **44** | **44** | **83** |  |
| 2.1 | Поведенческая экономика. Психология принятия решений потребителем | 0,5 | 19 | 12 | 6 | 6 | 7 | зачет |
| 2.2 | Получение информации о клиентах из данных. | 0,5 | 19 | 8 | 4 | 4 | 11 | зачет |
| 2.3 | Методы количественных и качественных исследований целевой аудитории. | 0,5 | 19 | 12 | 6 | 6 | 7 | экзамен |
| 2.4 | Проектирование ценностного предложения. | 0,5 | 19 | 8 | 4 | 4 | 11 | экзамен |
| 2.5 | Продуктовая аналитика и управление продуктом. | 0,5 | 19 | 8 | 4 | 4 | 11 | зачет |
| 2.6 | Управление клиентским опытом. | 0,5 | 19 | 12 | 6 | 6 | 7 | зачет |
| 2.7 | Коммуникационная стратегия маркетинга. | 0,5 | 19 | 8 | 4 | 4 | 11 | экзамен |
| 2.8 | Управление каналами коммуникации. Веб-аналитика. | 0,5 | 19 | 8 | 4 | 4 | 11 | зачет |
| 2.9 | Инструменты маркетинговых коммуникаций | 0,5 | 19 | 12 | 6 | 6 | 7 | зачет |
|  | **ВСЕГО:** | **6,5** | **247** | **136** | **68** | **68** | **111** | **4 экзамена/** |
| **8 зачетов** |
|  | **Итоговая аттестация:** | **1,5** | **57** | **16** | **8** | **8** | **41** |  |
| 1 | подготовка и защита аттестационной работы | 1,5 | 57 | 16 | 8 | 8 | 41 |  |
|  | **ИТОГО:** | **8** | **304** | **152** | **76** | **76** | **152** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Директор Института дополнительного  профессионального образования  НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург | А.К. Кадырбаева |
| Руководитель программы,  главный эксперт ЦПиОП ИДПО  НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург | А.А. Сербинова |

Исполнитель:

Сербинова А.А.

Тел.: