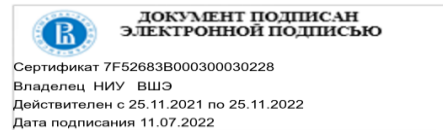




**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

Институт дополнительного профессионального образования
НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель первого проректора



_____ Д.Л. Волков
_____ 2022 г.
МП

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Бренд-менеджмент»

Год набора: 2022/2023

Трудоемкость программы: 19 зач. ед., 646 академических час. (в том числе 264 ауд. час.).

№ п/п	Названия учебных предметов, курсов, дисциплин, разделов, модулей	Трудоемкость		Объем контактной работы (акад. ч.):				Самостоятельная работа (акад.ч.)	Форма промежуточной аттестации
		в зач. ед.	в акад. ч.	Аудиторная работа (акад.ч.)					
				всего акад. ч.:	лекции	практические, семинарские, лабораторные занятия	консультации, иные виды занятий		
1	2	3	4	5	6	7	8	11	12
I.	Базовая часть Общепрофессиональные дисциплины	3	102	48	24	24		54	
1.1.	Бизнес как система	1	34	16	8	8		18	зачет

№ п/п	Названия учебных предметов, курсов, дисциплин, разделов, модулей	Трудоёмкость		Объем контактной работы (акад. ч.):				Самостоятельная работа (акад.ч.)	Форма промежуточной аттестации
		в зач. ед.	в акад. ч.	Аудиторная работа (акад.ч.)					
				всего акад. ч.:	лекции	практические, семинарские, лабораторные занятия	консультации, иные виды занятий		
1	2	3	4	5	6	7	8	11	12
1.2	Оценка эффективности маркетинговой деятельности в офлайн и онлайн среде	1	34	16	8	8		18	зачет
1.3	Основы управления проектами	1	34	16	8	8		18	зачет
II.	Профильная часть Специальные дисциплины	14	476	208	104	104		268	
2.1.	Маркетинг	2	68	24	12	12		44	экзамен
2.2	Маркетинговые исследования в офлайн и онлайн среде	1	34	24	12	12		10	экзамен
2.3	Маркетинговые коммуникации	1	34	16	8	8		18	зачет
2.4	Разработка и управление развитием бренда	1	34	16	8	8		18	зачет
2.5	Ценообразование (практикум управления ценами)	1	34	16	8	8		18	зачет
2.6	Стратегический бренд-менеджмент	1	34	16	8	8		18	экзамен
2.7	Маркетинг B2B	1	34	16	8	8		18	зачет
2.8	Цифровые технологии маркетинга	1	34	16	8	8		18	зачет
2.9	SMM: управление продвижением в социальных сетях	1	34	12	6	6		22	зачет

№ п/п	Названия учебных предметов, курсов, дисциплин, разделов, модулей	Трудоемкость		Объем контактной работы (акад. ч.):				Самостоятельная работа (акад.ч.)	Форма промежуточной аттестации
		в зач. ед.	в акад. ч.	Аудиторная работа (акад.ч.)					
				всего акад. ч.:	лекции	практические, семинарские, лабораторные занятия	консультации, иные виды занятий		
1	2	3	4	5	6	7	8	11	12
2.10	Тактическое и операционное управление брендом	1	34	12	6	6		22	зачет
2.11	Цифровая трансформация бизнеса	1	34	8	4	4		26	зачет
2.12	Управление капиталом бренда и оценка стоимости бренда	1	34	8	4	4		26	зачет
2.13	Управление брендом (экспертные сессии)	1	34	24	12	12		10	зачет
	ВСЕГО:	17	578	256	128	128		322	3 экзамена 13 зачетов
	Итоговая аттестация: подготовка и защита аттестационной работы	2	68	8	4	4		60	
	ИТОГО:	19	646	264	132	132		382	

Директор Института дополнительного профессионального образования
НИУ ВШЭ- Санкт-Петербург

А.К. Кадырбаева

Научный руководитель программы:
д.э.н., профессор

Е.В. Корчагина