

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

Институт дополнительного профессионального образования
НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург

УТВЕРЖДАЮ

Директор по дополнительному
профессиональному образованию

_____ Е.А. Коваль

_____ 2019 г.

МП

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Директор по маркетингу»
на 2019/2020 учебный год

Программа профессиональной переподготовки *«Директор по маркетингу»* ориентирована на профессиональный стандарт "Маркетолог", утвержденный приказом Минтруда России от 04 июня 2018 г. №366н.

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: приобретение / развитие на новом уровне системных знаний и компетенций для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере управления маркетингом.

В ходе освоения программы формируются и (или) совершенствуются компетенции:

- 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;
- эффективно управлять сотрудниками отдела маркетинга;
- применять инструменты эффективной презентации идей.

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

Трудоемкость программы: 11 зачётных единиц, 418 часов, в том числе 208 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: 6 месяцев.

Форма обучения: очно-заочная.

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин	Трудоёмкость		Объём ауд. часов			Внеауди- торная (самостоятель- ная) работа	Форма контроля
		в зачет- ных едини- цах	в часах	всего ауд. часов	лек- ции	практи- ческие занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I	Общий менеджмент	5	190	96	46	50	94	
1.1	Стратегия бизнеса	1	38	20	10	10	18	экзамен
1.2	От бизнес-стратегии к функциональной стратегии маркетинга	0.5	19	10	4	6	9	зачет
1.3	Управление маркетинговыми проектами	0.5	19	10	6	4	9	зачет
1.4	Финансы для директора по маркетингу	1	38	20	10	10	18	экзамен
1.5	Управление подчиненными и мотивация сотрудников	1	38	20	10	10	18	экзамен
1.6.	Публичные выступления	1	38	16	6	10	22	зачет
II.	Специальные дисциплины	5	190	100	46	54	90	
2.1.	Основные тренды в маркетинге	0,5	19	10	2	8	9	зачет
2.2.	Инструменты маркетингового анализа	1,5	57	30	12	18	27	зачет
2.3.	Инструменты продуктового маркетинга	1,5	57	30	12	18	27	зачет
2.4.	Маркетинговые коммуникации	1,5	57	30	20	10	27	зачет
	ВСЕГО:	10	380	196	92	104	184	7 зачетов, 3 экзамена
	Итоговая аттестация: подготовка и защита аттестационной работы	1	38	12	4	8	26	
	ИТОГО:	11	418	208	96	112	210	

Директор Института дополнительного

профессионального образования
НИУ ВШЭ Санкт-Петербург

_____ А.К. Кадырбаева

Исполнитель:
Сербинова А. А.
Тел. +7(921)9522948