

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

НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург  
Институт дополнительного профессионального образования

**УТВЕРЖДАЮ**

Заместитель первого проректора НИУ ВШЭ

Г.В. Можаяева

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

дополнительная профессиональная программа – программа профессиональной переподготовки  
для получения компетенций, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности  
«Маркетинговые технологии»

Учебный год: 2024/2025

Трудоемкость программы: 18 зач. ед., 612 академических час. (в том числе 264 конт. час.).

Форма обучения: Очно-заочная

Формат ДОП: Онлайн синхронный

№ п/п	Названия учебных модулей, дисциплин	Трудоемкость		Объем контактной работы					Обучение с использованием ДОТ и (или) ЭО, в том числе в полном объеме (акад. ч.)	Самостоятельная работа (акад.ч.)	Форма промежуточной аттестации	
		в зач. ед.	в акад. ч.	всего, конт. ч	Аудиторная работа (акад.ч.)							Обучение с использованием ДОТ и (или) ЭО, в том числе в полном объеме (акад. ч.)
					всего, ауд. ч.	лекции	практические, семинарские, лабораторные занятия	консультации, иные виды занятий	синхр.	асинхр.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>1</b>	<b>Базовая часть.Общепрофессиональные дисциплины</b>	<b>3</b>	<b>102</b>	<b>48</b>	<b>48</b>	<b>24</b>	<b>24</b>				<b>54</b>	
1.1	Бизнес как система	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
1.2	Оценка эффективности маркетинговой деятельности в офлайн и онлайн среде	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
1.3	Основы управления проектами	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
<b>2</b>	<b>Профильная часть. Специальные дисциплины</b>	<b>14</b>	<b>476</b>	<b>212</b>	<b>212</b>	<b>106</b>	<b>106</b>				<b>264</b>	
2.1	Маркетинг	2	68	24	24	12	12				44	Экзамен
2.2	Маркетинговые исследования в офлайн и онлайн среде	1	34	24	24	12	12				10	Экзамен

2.3	Разработка и управление развитием бренда	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
2.4	Маркетинговые коммуникации	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
2.5	Ценообразование (практикум управления ценами)	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
2.6	Международный маркетинг	1	34	16	16	8	8				18	Экзамен
2.7	Маркетинг B2B	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
2.8	Цифровые технологии маркетинга	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
2.9	SMM: управление продвижением в социальных сетях	1	34	12	12	6	6				22	Зачет
2.10	Привлечение целевого трафика: SEO и контекстная реклама	1	34	16	16	8	8				18	Зачет
2.11	Цифровая трансформация бизнеса	1	34	8	8	4	4				26	Зачет
2.12	Контент-маркетинг	1	34	8	8	4	4				26	Зачет
2.13	Управление маркетингом в цифровой среде (экспертные сессии)	1	34	24	24	12	12				10	Зачет
	<b>ВСЕГО</b>	<b>17</b>	<b>578</b>	<b>260</b>	<b>260</b>	<b>130</b>	<b>130</b>				<b>318</b>	
<b>ИА</b>	<b>Итоговая аттестация:</b>											
1	Междисциплинарный экзамен	1	34	4						4	30	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>18</b>	<b>612</b>	<b>264</b>	<b>260</b>	<b>130</b>	<b>130</b>			<b>4</b>	<b>348</b>	