

**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. Можаява

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

Программа профессиональной переподготовки для выполнения нового вида профессиональной деятельности  
«Стратегический маркетинг»

Трудоемкость программы: 14 зач. ед., 476 академических час. (в том числе 222 конт. час.).

Форма обучения: Очно-заочная

Формат ДОП: Смешанный

№ 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.)	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.)							
					всего, ауд. ч.	лекции	практические, семинарские, лабораторные занятия	консультации, иные виды занятий				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>1</b>	<b>модуль 1</b>	<b>13</b>	<b>442</b>	<b>206</b>	<b>104</b>	<b>26</b>	<b>78</b>		<b>102</b>		<b>236</b>	
1.1	Внешняя стратегическая среда маркетинга: анализ рынка, анализ конкурентов, трендвотчинг	1	34	18	16	4	12		2		16	Экзамен
1.2	Маркетинговые количественные и качественные исследования	1	34	18	16	4	12		2		16	Экзамен,
1.3	Принятие решений в условиях неопределенности и управление рисками	0,5	17	8					8		9	Зачет
1.4	Анализ внутренней информации и отчетности	0,5	17	8	8	2	6				9	Зачет,
1.5	Получение информации о клиентах из данных	0,5	17	8					8		9	Зачет
1.6	Веб-аналитика	0,5	17	8					8		9	Зачет,

1.7	Маркетинг стартапов	0,5	17	8				8		9	Зачет,
1.8	Поведение потребителей: потребительские тренды и поведенческая экономика	0,5	17	8				8		9	Зачет,
1.9	Проектирование ценностного предложения	0,5	17	10	8	2	6		2	7	Экзамен
1.10	Разработка клиентских стратегий и управление клиентским опытом	0,5	17	8	8	2	6			9	Зачет
1.11	Разработка миссии, ценностей, позиционирования и маркетинговой стратегии компании	0,5	17	8	8	2	6			9	Зачет,
1.12	Разработка ассортиментной стратегии и управление ценообразованием. Генерирование идей новых продуктов и проектов	0,5	17	8					8	9	Зачет
1.13	Разработка сбытовой стратегии и управление продажами	0,5	17	8					8	9	Зачет,
1.14	Брендинг и бренд-коммуникации (корпоративный и товарный)	1	34	12	8	2	6		4	22	Зачет,
1.15	Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций	0,5	17	8	8	2	6			9	Зачет,
1.16	Разработка стратегии интернет-маркетинга: SMM-стратегия	0,5	17	8					8	9	Зачет,
1.17	Разработка стратегии интернет-маркетинга: реклама, SEO и другие источники трафика	0,5	17	8					8	9	Зачет,
1.18	Стратегические корпоративные коммуникации (PR, GR, HR-бренд, бренд первого лица и др.)	0,5	17	8	8	2	6			9	Зачет,
1.19	Управление реализацией маркетинговой стратегией	1	34	14	8	2	6		6	20	Экзамен
1.20	Финансовая оценка маркетинга	1	34	14	8	2	6		6	20	Экзамен,
1.21	Юнит-экономика	0,5	17	8					8	9	Зачет,
	<b>ВСЕГО</b>	<b>13</b>	<b>442</b>	<b>206</b>	<b>104</b>	<b>26</b>	<b>78</b>		<b>102</b>	<b>236</b>	
<b>ИА</b>	<b>Итоговая аттестация:</b>										
1	Подготовка и защита аттестационной работы	1	34	16	4		4		12	18	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>14</b>	<b>476</b>	<b>222</b>	<b>108</b>	<b>26</b>	<b>82</b>		<b>114</b>	<b>254</b>	