

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

Нижегородский филиал

Факультет подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

_____ В.С. Катькало
_____ 2019 г.
МП

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

**программы профессиональной переподготовки
«Практический маркетинг, реклама и PR»**

Год набора: 2019/2020.

Направление подготовки: менеджмент.

Программа разработана с учетом профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года № 366н

Цель программы: приобретение системных знаний для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере маркетинга, рекламы и PR с формированием (совершенствованием) компетенций: решать проблемы в профессиональной деятельности на основе анализа и синтеза; участвовать в разработке маркетинговой и PR-стратегий организации; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на их реализацию; находить и оценивать новые рыночные возможности; формировать и оценивать бизнес идеи; разрабатывать бизнес-планы.

Категория слушателей: лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование; лица, получающие высшее образование.

Трудоемкость программы: 16 зач. ед., 608 академических час. (в том числе 268 ауд. час.). Трудоемкость программы при выборе 2 модулей вариативной части: 18 зач. ед., 684 академических час. (в том числе 316 ауд. час.).

Минимальный срок обучения: при выборе одного модуля 2,5 месяца, при выборе двух модулей 3,5 месяца.

Форма обучения: очно-заочная.

Форма организации учебного процесса: модульная

Нормативная численность группы: 20 чел.

п/п	Наименование разделов, модулей	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 управленческая подготовка	4,5	171	74	38	36	97	
1.1	Менеджмент предприятия (организации)	1	38	16	10	6	22	экзамен
1.2	Маркетинг	1	38	16	8	8	22	зачет
1.3	Экономика фирмы	1	38	16	8	8	22	экзамен
1.4	Логистика	1	38	16	8	8	22	зачет
1.5	Статистика	0,5	19	10	4	6	9	зачет
II	Профильная часть	5,5	209	90	42	48	119	
2.1	Маркетинговые исследования	1	38	16	8	8	22	экзамен
2.2	Управление продуктом (Product Management)	1	38	16	8	8	22	зачет
2.3	Поведение потребителей и CJM (Customer Journey Mapping)	0,5	19	10	6	4	9	экзамен
2.4.	Маркетинговые коммуникации	1	38	16	8	8	22	экзамен
2.5	Дизайн в рекламе	1	38	16	8	8	22	зачет
2.6.	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	0,5	19	8	4	4	11	зачет
2.7	Креативность в маркетинге (тренинг)	0,5	19	8		8	11	зачет
III	Вариативная часть (по выбору 1 или 2 модуля)							
3.1	Современные технологии в маркетинге	2	76	48	28	20	28	
3.1.1	Маркетинг на рынках B2B	0,5	19	8	4	4	11	экзамен
3.1.2	Анализ и визуализация данных	0,5	19	16	8	8	3	зачет
3.1.3	Digital – маркетинг	0,5	19	12	8	4	7	зачет

п/п	Наименование разделов, модулей	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
3.1.4	Искусство работы в социальных сетях /Social Media Marketing	0,5	19	12	8	4	7	зачет
3.2	Современные технологии в рекламе и PR	2	76	48	28	20	28	
3.2.1	PR-менеджмент	0,5	19	8	4	4	11	экзамен
3.2.2	Основы журналистики	0,5	19	16	8	8	3	зачет
3.2.3	Стратегия и тактика медиакмпаний	0,5	19	12	8	4	7	зачет
3.2.4	Работа со СМИ	0,5	19	12	8	4	7	зачет
IV	Дисциплины по выбору (4 из 8)*	2	76	56	12	44	20	
4.1	Основы бизнес-планирования и управления проектами	0,5	19	16	4	12	3	зачет
4.2	Принятие управленческих решений	0,5	19	16	4	12	3	зачет
4.3	Управление брендом	0,5	19	16	4	12	3	зачет
4.4	Этика делового общения	0,5	19	16	4	12	3	зачет
4.5	Искусство презентации	0,5	19	16	4	12	3	зачет
4.6.	Self-branding: создание и развитие личного бренда	0,5	19	16	4	12	3	зачет
4.7	Эффективные продажи (<i>тренинг</i>)	0,5	19	8		8	11	зачет
4.8	Деловые переговоры (<i>тренинг</i>)	0,5	19	8		8	11	зачет
	ВСЕГО:							
	при выборе одного модуля	14	532	268	120	148	264	6 экзаменов/ 14 зачетов
	при выборе двух модулей	16	608	316	148	168	292	7 экзаменов/ 17 зачетов

п/п	Наименование разделов, модулей	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма контроля
		в зачет- ных едини- цах	в часах	всего часов	лекции	практи- ческие занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Итоговая аттестация: подготовка и защита аттестационной работы	2	76				76	
	ИТОГО:							
	при выборе одного модуля	16	608	268	120	148	340	
	при выборе двух модулей	18	684	316	148	168	368	

*Из списка должны быть выбраны три дисциплины и один тренинг.

Профессор кафедры
экономической теории и
эконометрики НИУ ВШЭ –
Нижний Новгород

А.Г. Максимов

подпись

И.о. декана ФПППКС

Н.Н. Боряшневa

подпись

Исполнитель:
Шушкин Михаил Александрович
Тел. 89290408575