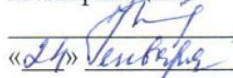


СОГЛАСОВАНО

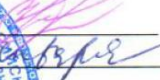
Декан факультета повышения
квалификации

 Н.Н. Берёзка
2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе



 С.С. Чернов
2022 г.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ»**

Наименование модулей программы	Общая трудоемкость, час	Контактные занятия, час						СРС, час	
		всего	в том числе				всего	с применением ДОТ	
			лекции	практические и лабораторные	всего	с применением ДОТ			
Модуль 1. Основные понятия, концепции и инструменты в управлении брендом	34	20	6	14	20	6	14	14	-
Тема 1.1. Основные понятия брендинга	3	1	1	-	1	1	-	2	-
Тема 1.2. Бренд в организационной иерархии	5	1	1	-	1	1	-	4	-
Тема 1.3. Макро-факторы конкурентоспособности бренда	5	1	1	-	1	1	-	4	-
Тема 1.4. Ситуационный анализ в брендинге	9	9	1	8	9	1	8	-	-
Тема 1.5. Брендинг-аналитика в цифровой среде	12	8	2	6	8	2	6	4	-
Модуль 2. Принятие, реализация и оценка решений по разработке и продвижению бренда	34	28	8	20	28	8	20	6	-
Тема 2.1. Разработка позиции бренда	7	5	1	4	5	1	4	2	-
Тема 2.2. Решения по айдентике бренда	7	5	1	4	5	1	4	2	-

Наименование модулей программы	Общая трудоемкость, час	Контактные занятия, час						СРС, час	
		всего	лекции	практические и лабораторные	в том числе			всего	с применением ДОТ
					с применением ДОТ				
					всего	лекции	практические и лабораторные		
Тема 2.3. Планирование тактики маркетинга бренда	8	6	2	4	6	2	4	2	-
Тема 2.4. Специфика продвижения бренда в онлайн-среде	6	6	2	4	6	2	4	-	-
Тема 2.5. Управление брендом на стадиях жизненного цикла	6	6	2	4	6	2	4	-	-
Итоговая аттестация	4	2	-	-	2	-	-	2	-
Итого	72	50	14	34	50	14	34	22	-

Руководитель программы повышения квалификации:
доцент кафедры маркетинга и сервиса ФГБОУ ВО «НГТУ»,
канд. экон. наук, доцент



О.Л. Лямзин