

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета повышения
квалификации

 Н.Н. Берёзка
«24» Сентября 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