

Учебно-тематический план
программы повышения квалификации
«Управление имиджем»

№ п/п	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			
			Аудиторные занятия	Работа с учебно-методическими материалами	Консультации по выполнению проекта	
час.	форма					
1	Личный профессиональный бренд	8	4	Интерактивная лекция-дискуссия; Тренинг-сессия	2	2
1.1	Основные этапы создания персонального бренда					
1.2	Профилирование как основа персонального брендинга					
1.3	Разработка стратегии персонального бренда					
1.4	План продвижения персонального бренда					
2	Отличительные преимущества и имидж компании	12	8	Интерактивная лекция-дискуссия; Работа с кейсами; Тренинг-сессия; Мастер-класс эксперта	2	2
2.1	Влияние имиджа компании на результативность бизнеса					
2.2	Современные методики стратегического анализа для решения задач маркетинга: SWOT-анализ, PEST-анализ, GAP-анализ. Процедура и источники информации.					
2.3	Оценка устойчивости, целей, ресурсов и рыночного потенциала компании					
2.4	Формирование устойчивых конкурентных преимуществ					
3	Искусство презентации	10	8	Интерактивная лекция-	1	1
3.1	Подготовка плана и структуры выступления					

3.2	Структура, содержание и визуальное оформление презентации			дискуссия; Тренинг-сессия по отработке навыков		
3.3	Способы привлечения и удержания внимания аудитории					
3.4	Навыки аргументирования, прояснения сомнений и возражений аудитории					
4	Поведение потребителей					
4.1	Психология потребительского поведения, социально-психологические факторы влияния внешней среды на поведение потребителей	10	8	Интерактивная лекция-дискуссия; Деловая игра	1	1
4.2	Процесс принятия решения потребителем					
4.3	Факторы влияния на поведение потребителей					
4.4	Поведение потребителя в системе маркетинговых коммуникаций					
5.	Маркетинг партнерских отношений					
5.1	Концепция маркетинга партнерских отношений	12	8	Интерактивная лекция-дискуссия; Решение кейса; Тренинг-сессия по отработке навыков; Мастер-класс эксперта	2	2
5.2	Особенности управления взаимоотношениями с поставщиками					
5.3	Управление взаимоотношениями с потребителями. Внедрение клиентоориентированного подхода					
5.4	Инструменты маркетинга взаимоотношений					
6.	Стратегия маркетингового планирования					
6.1	Стратегические цели и задачи маркетинга	10	8	Интерактивная лекция-дискуссия; Практическая работа; Тренинг-сессия; Мастер-класс эксперта	1	1
6.2	Сегментирование, таргетирование, позиционирование. Пошаговый алгоритм разработки плана маркетинга					
6.3	Маркетинг-микс: продукт, цена, место продажи, продвижение					
6.4	Измерение эффективности маркетинговых усилий. Аудит стратегической траектории развития					
7.	Создание ценности для потребителя	8	6	Интерактивная лекция-	1	1

7.1	Потребительская ценность и архитектура продукта. Формирование ценностного предложения для целевых аудиторий			дискуссия; Практическая работа; Деловая игра; Тренинг-сессия; Мастер-класс эксперта		
7.2	Стратегия ценности для покупателя и позиционирования. Адаптация ценностного предложения к специфике коммуникационного канала.					
8	Итоговая аттестация	2	2	Презентация проектов	-	-
	ИТОГО:	72	52		10	10

Составители программы

Шерешева Марина Юрьевна, д.э.н

Руководитель программы. Профессор Экономического факультета МГУ, директор [Центра исследований сетевой экономики](#), член Европейской Маркетинговой Академии (EMAC), Британской Академии Менеджмента (BAM), Eurasian Business and Economics Society (EBES), TCI – глобальной сети экспертов по проблемам конкурентоспособности, кластеров и инноваций (TCI-Network), Российской ассоциации обучения предпринимательству (РАОП), ответственный редактор научного журнала "Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика", автор более 200 научных и учебно-методических работ.

Березка Светлана Михайловна

Директор по маркетингу Центра исследований сетевой экономики ЭФ МГУ, имеет более 8 лет опыта работы в маркетинге, автор более 10 публикаций, стажировалась в департаменте маркетинга Венского Университета Экономики и Бизнеса.

Ребязина Вера Александровна, к.э.н.

Представитель России в Европейской Маркетинговой Академии (EMAC) с 2015 года, член международных профессиональных сообществ American Marketing Association, Global Alliance of Marketing & Management Association, автор онлайн курса по маркетингу, размещенного на Российской Национальной Платформе Открытого Образования.