УТВЕРЖДАЮ

­­­­­­­­ Ректор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Бородина М.И.

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 г.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки**

**«Основы брендинга и рекламы»**

**Цель обучения:**

Целью профессиональной переподготовки является получение слушателями дополнительных знаний, умений и навыков, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере брендинга и рекламы.

**Категория слушателей:**

специалисты любого профиля (в том числе не имеющие подготовки в брендинга и рекламы), желающие получить новую профессию и престижный диплом, дающий право на ведение нового вида профессиональной деятельности.

**Срок обучения:**

512 часов

**Режим обучения:**

1. 25 часов в неделю
2. 40 часов в неделю

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Дисциплина** | **Объем нагрузки** | **Форма контроля** |
| **Всего** |  |
| 1 | Создание бренда и управление брендом | 30 | зачет |
| 2 | Бренд и его атрибуты | 40 | зачет |
| 3 | Стратегия компании как основа брендинга | 30 | зачет |
| 4 | Текущий аудит бренда | 30 | зачет |
| 5 | Методика брендинга | 30 | зачет |
| 6 | Управление портфелем брендов | 30 | зачет |
| 7 | Особенности брендинга в период кризиса | 30 | зачет |
| 8 | История мировой и российской рекламы | 30 | зачет |
| 9 | Управление рекламой в организациях | 30 | зачет |
| 10 | Современные концепции рекламы | 30 | зачет |
| 11 | Рекламные услуги | 30 | зачет |
| 12 | Интернет-технологии в рекламной деятельности | 30 | зачет |
| 13 | Планирование в рекламной деятельности | 30 | зачет |
| 14 | Теория и практика копирайтинга | 30 | зачет |
| 15 | Итоговая работа | 82 | ВКР |
|  | **ИТОГО:** | **512** |  |