

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки

Mini MBA «МАРКЕТИНГ В ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ»

Цель – выработать профессиональные компетенции управления по ключевым бизнес-процессам компании; сформировать навыки использования инновационного подхода к ведению бизнеса, в том числе умение разрабатывать систему стратегического управления компанией, основанную на принципах устойчивого развития в конкурентной среде.

Категория слушателей – для руководителей предприятий строительной отрасли, топ- и мидлменеджеров, руководителей и специалистов служб контроля качества, руководителей региональных филиалов крупных компаний, а также для тех, кто думает о серьезном карьерном росте, имея собственный опыт управления бизнесом.

Профессиональные компетенции:

Слушатель должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);
- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2).

Срок обучения - 268 академических часов

Форма обучения - очная, с применением технологий дистанционного обучения

Режим занятий – с отрывом от производства.

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего ак. часов	В том числе		
			Л	ПР	СР
1	2	3	4	5	6
1.	Маркетинг продукции и услуг	72	26	6	40
2.	Управление конкурентоспособностью организации	72	28	6	38
3.	Статистические методы в маркетинге	36	18	6	12
4.	Мастер-класс по профилю программы	52	6	6	40
5.	Итоговая аттестационная работа по программе	36	2	2	32
ИТОГО:		268	80	26	162
Итоговая аттестация после освоения всех курсов программы:		Защита итоговой аттестационной работы			

Составил:

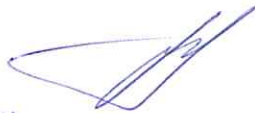
Зав.кафедрой МиИ, д.э.н.



Н.Г. Верстина

Согласовано:

Директор ИЭУИС



О.Н. Кузина

Руководитель ЦДПО



А.В. Федосыина