

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
Институт коммуникационного менеджмента**



УТВЕРЖДАЮ
Директор по дополнительному
профессиональному образованию
_____ Е.А. Коваль
_____ 2018 г.
МП

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
дополнительной профессиональной программы
для получения дополнительной квалификации
«Мастер делового администрирования – Master of Business Administration (MBA)»,
специализация «MBA – фармацевтический менеджмент»
на 2018/2019 учебный год

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: формирование компетенций профессиональных управляющих с учетом предыдущего опыта работы в бизнесе и менеджменте: развитие стратегического, проектного мышления, лидерских качеств, ориентации на результат, способности к инновациям и самоменеджменту, анализу и моделированию бизнес-процессов.

В ходе освоения программы слушатели получают (совершенствуют) следующие знания и компетенции:

- знать на базовом уровне научные основы бизнеса и менеджмента: макро- и микроэкономики, фармакоэкономики, финансовой политики организации, проектного менеджмента, стратегического менеджмента;
- знать специфику фармацевтического бизнеса и особенности фармацевтического рынка РФ;
- изучить и использовать тенденции и перспективы внедрения современной модели маркетинга на производственном, оптовом и розничном фармацевтическом предприятии;
- знать сущность маркетинговых коммуникаций и владеть современными маркетинговыми технологиями;
- уметь анализировать, синтезировать и критически резюмировать большие объемы информации о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых решений фармацевтической компании;
- уметь проводить маркетинговые исследования на фармацевтическом рынке;
- изучить методику визуального восприятия, понимания и осмысления управленческих ситуаций на примерах деятельности фармацевтической компании;
- изучить технологии управления инвестиционными проектами;
- уметь организовать и управлять бизнес-процессами фармацевтической компании, в том числе в условиях изменений и неопределенности;
- знать современные механизмы и цивилизованные способы взаимодействия бизнеса и власти;
- развить стратегическое мышление;
- совершенствовать предпринимательские навыки;
- освоить приемы профессиональной коммуникации руководителя и совершенствовать его лидерские качества;
- выработать способность к инновациям и самоменеджменту;
- понимать особенности фармацевтического рынка и работы с аптечными учреждениями в России;
- знать способы и технику построения деловых отношений;

- осуществлять эффективное руководство структурными подразделениями фармацевтической компании;
- повысить уровень профессиональных знаний в региональном менеджменте;
- уметь управлять конфликтами в коллективе в интересах повышения конкурентоспособности организации, ее эффективности и развития;
- знать стратегию и модели интегрированных коммуникаций компании;
- изучить методы создания и поддержки баз данных в CRM системах и IT-технологий в фармацевтическом бизнесе;
- уметь управлять брендом на фармацевтическом рынке;
- знать основные задачи по работе с аптеками;
- технологии увеличения продаж в торговой точке (аптеке) за счет разработки и применения инструментов трейд-маркетинга на практике;
- инструментарий оценки эффективности проведенных трейд-маркетинговых мероприятий;
- получить системные знания, умения и навыки, необходимые для планирования и эффективного коммуникационного менеджмента организации.

Категория слушателей: лица, имеющие высшее образование и стаж работы не менее 2 лет.

Трудоемкость программы: 57 зачетных единиц, 2166 часов, в том числе 670 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: 2 учебных года.

Форма обучения: очно-заочная.

№ п/п	Наименование циклов, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего аудиторных часов	лекции	практичес- кие занятия		
1. Научные основы бизнеса и менеджмента								
1.1	Экономика для менеджеров	2	76	24	10	14	52	экзамен
1.2	Стратегический менеджмент	2	76	24	10	14	52	экзамен
1.3	Организационное поведение	2	76	20	8	12	56	экзамен
1.4	Правовая среда бизнеса	2	76	20	10	10	56	зачет
1.5	GR-менеджмент: практики взаимодействия бизнеса и власти	2	76	24	12	12	52	зачет
	ВСЕГО по I циклу:	10	380	112	50	62	268	
2. Базовые профессиональные дисциплины в области менеджмента								
2.1	Профессиональные компетенции и навыки менеджера	2	76	24	10	14	52	экзамен
2.2	Коммуникационные технологии развития лидерских качеств	2	76	20	8	12	56	зачет
2.3	Управление интегрированными коммуникациями	2	76	20	10	10	56	экзамен
2.4	Управленческие навыки как коммуникационный актив	1	38	20	10	10	18	зачет
2.5	Управление организационными изменениями во внешних и внутренних	2	76	20	10	10	56	зачет

№ п/п	Наименование циклов, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего аудиторных часов	лекции	практичес- кие занятия		
	коммуникациях							
2.6	Управление инвестиционными проектами	2	76	20	10	10	56	экзамен
2.7	Конфликтный менеджмент	1	38	24	10	14	14	экзамен
2.8	Переговоры как способ управления внутренними и внешними коммуникациями	2	76	20	10	10	56	зачет
2.9	Проектное управление	1	38	20	10	10	18	экзамен
2.10	Управление человеческими ресурсами	2	76	20	10	10	56	экзамен
2.11	Управление знаниями в системе бизнес-коммуникаций	2	76	16	6	10	60	зачет
2.12	Финансовая политика компании	2	76	24	10	14	52	экзамен
2.13	Письменные коммуникации	2	76	20	10	10	56	зачет
	ВСЕГО по II циклу:	23	874	268	124	144	606	

3. Специальные дисциплины

3.1	Особенности среды фармацевтического бизнеса	2	76	24	10	14	52	экзамен
3.2	Основы фармакоэкономики	2	76	20	10	10	56	экзамен
3.3	Стратегический маркетинг в фармацевтической отрасли	2	76	20	8	12	56	экзамен
3.4	Digital в фармацевтическом бизнесе	1	38	16	8	8	22	зачет
3.5	Региональный менеджмент в фармацевтическом бизнесе	1	38	20	10	10	18	зачет
3.6	Управление цепями поставок и логистика в фармацевтической индустрии	1	38	20	10	10	18	зачет
3.7	Маркетинговые исследования на фармацевтическом рынке	1	38	16	6	10	22	зачет
3.8	Ценовой анализ и ценообразование	1	38	16	8	8	22	зачет
3.9	Управление брендом на	1	38	24	10	14	14	экзамен

№ п/п	Наименование циклов, дисциплин	Трудоемкость		Объем ауд. часов			Внеауди- торная (самостоя- тельная) работа	Форма контроля
		в зачетных единицах	в часах	всего аудиторных часов	лекции	практичес- кие занятия		
	фармацевтическом рынке							
3.10	Коммуникационный маркетинг работы с аптеками	1	38	16	8	8	22	зачет
3.11	CRM и IT технологии в фармацевтическом бизнесе	2	76	20	10	10	56	экзамен
3.12	Трейд-маркетинг в фармацевтическом бизнесе	1	38	16	8	8	22	зачет
	Дисциплины по выбору (не менее 40 ауд. часов):	4	152	40	20	20	112	
3.12	Корпоративное управление	2	76	20	10	10	56	зачет
3.13	Навыки публичных выступлений	2	76	20	10	10	56	зачет
3.14	Создание бизнес- презентаций	2	76	20	10	10	56	зачет
3.15	Мотивация и психология профессиональных коммуникационных компетенций	2	76	20	10	10	56	зачет
	ВСЕГО по III циклу:	20	760	268	126	142	492	
	ИТОГО по I-III циклу:	53	2014	648	300	348	1366	15 экзаменов, 17 зачетов
	Итоговая аттестация:	4	152	22		22	130	
1	квалификационный экзамен	2	76	10		10	66	
2	подготовка и защита квалификационной работы	2	76	12		12	64	
	ИТОГО:	57	2166	670	300	370	1496	

Директор Института коммуникационного
менеджмента

В.Н. Кириллина

Исполнитель:
Грушина Е.В.
Тел. 11533