

**Учебно-тематический план программы  
профессиональной переподготовки  
«Управление маркетингом»**

№ п/п	Наименование дисциплин/модулей, разделов	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Лекции	Практ. занятия	Самост. работа	
<b>1</b>	<b>Общеэкономические и управленческие дисциплины</b>	<b>64</b>	<b>32</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	
1.1	Общий и стратегический менеджмент	10	6	4	-	Экзамен
1.2	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	10	6	4	-	Зачет
1.3	Финансовый менеджмент	14	6	6	2	Зачет
1.4	Управление проектами	10	6	2	2	Зачет
1.5	Бизнес-планирование	20	8	10	2	Зачет
<b>2</b>	<b>Прикладные дисциплины</b>	<b>182</b>	<b>87</b>	<b>75</b>	<b>20</b>	
2.1	Общий маркетинг	16	8	6	2	Зачет
2.2	Стратегический маркетинг	16	8	6	2	Экзамен
2.3	Маркетинговые исследования	18	8	8	2	Экзамен
2.4	Поведение потребителей	16	8	6	2	Зачет
2.5	Ценообразование	14	6	6	2	Зачет
2.6	Управление продажами	18	8	8	2	Зачет
2.7	Интегрированные маркетинговые коммуникации	20	10	8	2	Экзамен
2.8	Управление маркетингом в компании	16	8	6	2	Экзамен
2.9	Бюджетирование и планирование в маркетинговой деятельности	14	6	6	2	Зачет
2.10	Теория и практика брендинга в компании	14	6	6	2	Зачет
2.11	Информационное обеспечение маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности	10	5	5	-	Зачет
2.12	Мерчандайзинг	10	6	4	-	Зачет
<b>3</b>	<b>Специальные дисциплины по практическому развитию профессиональных навыков маркетолога</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	
3.1	Практикум по маркетинговым исследованиям	8	-	6	2	Зачет
3.2	Практикум по переговорной практике и деловому общению	8	-	6	2	Зачет
3.3	Практикум подготовки и представления презентации	8	-	6	2	Зачет
	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>28</b>	<b>2</b>	<b>ВАР</b>
	<b>Итого</b>	<b>300</b>	<b>119</b>	<b>147</b>	<b>34</b>	