



УТВЕРЖДЕНО

приказом ректора №_02-УВП
от «11» января 2016 г.

О.А. Зайцева

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки

«Маркетинг»

Цель образовательной программы: подготовка специалистов, способных в условиях конкуренции и кризиса грамотно организовать маркетинговую деятельность в компаниях, работающих на отечественных рынках.

Категория слушателей: Лица, получающие высшее или среднее профессиональное образование, специалисты с высшим, средним профессиональным образованием, специализирующиеся в области управления человеческими ресурсами, руководители организаций, молодые специалисты и лица, желающие сменить профессиональный вид деятельности.

Срок обучения: 9 месяцев.

Форма получения образования: очно-заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Режим занятий: 12-24 часов в неделю.

№ п/п	Наименование дисциплины	Объем работы (часов)				Форма итогового контроля
		Общая трудоемкость	в том числе			
			Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятель ная работа	
1.	Экономическая теория	24	8	10	6	Зачет
2.	Экономика организаций (предприятий)	28	4	20	4	Зачет
1.	Статистика	24	2	20	2	Зачет
2.	Ценообразование	24	2	20	2	Зачет
3.	Менеджмент	24	2	20	2	Зачет
4.	Основы маркетинга	32	8	20	4	Экзамен
5.	Поведение потребителей	48	12	30	6	зачет
6.	Маркетинговые исследования	48	12	30	6	Экзамен

7.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	28	6	20	2	Зачет
8.	Маркетинговые коммуникации	24	2	20	2	Зачет
9.	Разработка и технологии производства рекламного продукта	16	4	10	2	Зачет
10.	Интернет-маркетинг	24	2	20	2	Зачет
11.	Информационные системы в маркетинге	24	2	20	2	Зачет
12.	Стратегический маркетинг	32	8	20	4	Экзамен
13.	Управление маркетингом	32	8	20	4	Экзамен
14.	Логистика	32	8	20	4	Экзамен
15.	Организация маркетинга в розничной торговле	24	2	20	2	Зачет
16.	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	22	8	10	4	Зачет
	Итоговая аттестационная работа	20			20	Защита
	Итого	530	100	350	80	