

«УТВЕРЖДАЮ»



Учебный план
программы профессиональной переподготовки

«Практический маркетинг. Технологии эффективного маркетингового продвижения» с присвоением квалификации «Маркетолог (специалист по маркетингу)»

№пп	Наименование дисциплин	Общая трудоемкость, в акад. часах	Работа обучающегося в СДО			Формы промежуточной и итоговой аттестации (ДЗ, З)
			Лекции	Тестирование	Практические занятия	
Нормативно-правовой раздел						
1	Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности	22	16	2	4	3
Раздел общепрофессиональных дисциплин						
2	Экономика организации	28	20	2	6	ДЗ
3	Общий менеджмент	44	38	2	4	ДЗ
4	Стратегический менеджмент	37	29	2	6	ДЗ
5	Основы логистики	30	24	2	4	З
6	Управление проектами	28	22	2	4	ДЗ
7	Этика делового общения и правила ведения переговоров	19	13	2	4	З
Раздел специальных дисциплин						
8	Маркетинг. Основные понятия	26	20	2	4	ДЗ
9	Методология и аналитические инструменты маркетинговых исследований	30	22	2	6	ДЗ
10	Система маркетинговых коммуникаций	24	18	2	4	З
11	Разработка и технологии производства рекламного продукта	28	20	2	6	ДЗ
12	Психологические аспекты планирования, проведения и оценки эффективности рекламных компаний	26	20	2	4	З
13	Связи с общественностью в маркетинге. Технологии проведения PR-кампании	30	22	2	6	ДЗ
14	Жизненный цикл товара и стимулирование продаж (промоуши)	26	18	2	6	З
15	Стимулирование продаж и торговый маркетинг (трейд-маркетинг). Технологии управления продажами	26	20	2	4	ДЗ
16	Основы брендинга. Создание бренда и управление брендом	28	22	2	4	ДЗ
17	Сегментация рынка и стратегический анализ в маркетинге	30	24	2	4	З
18	Разработка маркетинговой стратегии	32	24	2	6	ДЗ
19	Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	28	22	2	4	ДЗ
20	Digital-маркетинг. Посадочная страница коммерческого сайта. Интернет-реклама	26	20	2	4	ДЗ
21	Основные инструменты интернет-маркетинга: SEO-оптимизация, SMO и SMM-технологии	26	20	2	4	З
22	Стратегия продвижения услуг частного специалиста в сети Интернет	26	20	2	4	З
23	Практический маркетинг	30	22	2	6	З
Итоговая аттестация		10				Итоговый междисциплинарный экзамен
ИТОГО		660				

Календарный учебный график

№пп	Наименование дисциплин	Общая трудоемкость, в акад. часах	Учебные недели
1	Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности	22	1
2	Экономика организации	28	1-2
3	Общий менеджмент	44	2-3
4	Стратегический менеджмент	37	3-4
5	Основы логистики	30	4-5
6	Управление проектами	28	5
7	Этика делового общения и правила ведения переговоров	19	6-7
8	Маркетинг. Основные понятия	26	7
9	Методология и аналитические инструменты маркетинговых исследований	30	8-9
10	Система маркетинговых коммуникаций	24	9
11	Разработка и технологии производства рекламного продукта	28	10
12	Психологические аспекты планирования, проведения и оценки эффективности рекламных компаний	26	11
13	Связи с общественностью в маркетинге. Технологии проведения PR-кампании	30	12
14	Жизненный цикл товара и стимулирование продаж (промоуши)	26	13
15	Стимулирование продаж и торговый маркетинг (трейд-маркетинг). Технологии управления продажами	26	14
16	Основы брендинга. Создание бренда и управление брендом	28	14-15
17	Сегментация рынка и стратегический анализ в маркетинге	30	15
18	Разработка маркетинговой стратегии	32	16
19	Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	28	16-17
20	Digital-маркетинг. Посадочная страница коммерческого сайта. Интернет-реклама	26	17-18
21	Основные инструменты интернет-маркетинга: SEO-оптимизация, SMO и SMM-технологии	26	18
22	Стратегия продвижения услуг частного специалиста в сети Интернет	26	19
23	Практический маркетинг	30	19-20
	Итоговая аттестация	10	20