

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«Организация и управление маркетинговой деятельностью»

№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоемкость		В том числе				Форма контроля
				Внеаудиторные занятия		Самостоятельная работа*		
		В зачетных единицах.	В часах				Всего	
				Лекции*	Практические занятия			
	Модуль 1. Сущность, содержание и современные концепции маркетинга							
1	Тема 1.1. Социально-экономическая сущность маркетинга.		9	8	4	4	10	Зачет методом тестирования
2	Тема 1.2. Современные концепции маркетинга.		8	6	2	4	10	Диф. зачет методом тестирования
3	Тема 1.3. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований рынка.		10	8	4	4	12	Зачет методом тестирования
4	Тема 1.4. Сегментирование рынка в маркетинге.		8	6	2	4	10	Диф. зачет методом тестирования
5	Общая трудоемкость модуля 1	2	72	28	12	16	44	
	Модуль 2. Организация комплекса маркетинга							
1	Тема 2.1. Товар и товарная политика в системе маркетинга. Позиционирование товара.		28	8	4	4	20	Диф. зачет методом тестирования
2	Тема 2.2. Основы ценообразования и формирования ценовой политики предприятия.		26	6	2	4	20	Зачет методом тестирования
3	Тема 2.3. Каналы распределения и товародвижения. Формы и методы реализации товаров.		28	8	4	4	20	Зачет методом тестирования
4	Тема 2.4. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации.		26	6	2	4	20	Диф. зачет методом тестирования
5	Общая трудоемкость модуля 2	3	108	28	12	16	80	
	Модуль 3. Управление маркетинговой деятельностью организации							
1	Тема 3.1. Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия.		28	8	4	4	20	Зачет методом тестирования

№ п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоёмко сть		В том числе				Форма контроля
				Внеаудиторны е занятия			Самостоятельная работа*	
		В зачетных единицах.	В часах	Всего	из них			
					Лекции*	Практические занятия		
2	Тема 3.2. Формирование маркетинговой стратегии организации.		26	6	2	4	20	Диф. зачет методом тестирования
3	Тема 3.3. Комплекс стимулирования.		28	8	4	4	20	Зачет методом тестирования
4	Тема 3.4. Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации.		26	6	2	4	20	Диф. зачет методом тестирования
5	Общая трудоёмкость модуля 3	3	108	28	12	16	80	
1	Практикум (отчет)	1	36	18	-	18	18	Зачет
	Всего:	9	324	102	36	66	222	
	Итоговая аттестация	1	36					Экзамен методом тестирования
	Общая трудоёмкость программы:	10	360	102	36	66	222	