

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ «МАРКЕТИНГ»

№ п/п	Наименование дисциплин	Всего часов	Аудиторных часов	в том числе:		СРС, часы	Промежуточная и итоговая аттестация
				лекции	практики, семинары, лабораторные работы		
1.	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	18	16	8	8	2	зачет
2.	Основы маркетинга	20	20	10	10	-	зачет
3.	Основы менеджмента	24	24	12	12	-	экзамен
4.	Маркетинговые исследования	24	20	12	8	4	зачет
5.	Управление продуктом	24	20	12	8	4	зачет
6.	Логистика	22	20	12	8	2	экзамен
7.	Маркетинговые коммуникации	32	24	12	12	8	экзамен
8.	Мерчандайзинг	24	20	12	8	4	зачет
9.	Интернет-маркетинг	28	20	8	12	8	зачет
10.	Методы экспертного оценивания в маркетинге	22	14	6	8	8	зачет
11.	Управление брендом	26	20	12	8	6	зачет
12.	Стратегический маркетинг	26	20	12	8	6	экзамен
13.	Поведение потребителей	24	18	10	8	6	экзамен
14.	Инновационный маркетинг	14	12	6	6	2	зачет
	<i>Итоговая аттестация</i>	<i>10</i>	<i>3</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>7</i>	<i>Междисциплинарный экзамен</i>
	<b>Итого:</b>	<b>338</b>	<b>271</b>	<b>144</b>	<b>124</b>	<b>67</b>	