|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Частное учреждение дополнительного профессионального образования  "Учебный центр "Профессия"** | | | | | | | | |
|  | **«Утверждаю»**  Директор  ЧУ ДПО «Учебный центр «Профессия»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **С.А. Давудова**  «\_\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2024г.   |  | | --- | |  | | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| Учебно-тематический план по программе | | | | | | | | |
| дополнительного образования | | | | | | | | |
| **«Маркетинг»** | | | | | | | | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| №  п/п | | Наименование разделов и тем | | Всего  академ. часов | | В том числе | | | |
| Теоре- тичес- кая часть (лекции) | | Контроль | |
|
| 1 | | Маркетинг продаж и маркетинговые исследования | | 24 | | 24 | |  | |
| 2 | | Товарная и ценовая политика | | 23 | | 23 | |  | |
| 3 | | Стратегический маркетинг | | 23 | | 23 | |  | |
| 4 | | Маркетинговый анализ рынка | | 23 | | 23 | |  | |
| 5 | | Основы маркетинговой логистики | | 23 | | 23 | |  | |
| 6 | | Комплексный интернет-маркетинг | | 23 | | 23 | |  | |
| 7 | | Маркетинговая политика организации | | 23 | | 23 | |  | |
| 8 | | Формирование системы маркетинга в организациях | | 23 | | 23 | |  | |
| 9 | | Управление маркетингом в организации | | 23 | | 23 | |  | |
| 10 | | Международный маркетинг | | 23 | | 23 | |  | |
| 11 | | Современные концепции маркетинга | | 23 | | 23 | |  | |
|  | | Итоговая форма контроля (тестирование) | | **2** | |  | | **2** | |
|  | | **ВСЕГО** | | **256** | |  | | **2** | |