|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | | Основы маркетинга | | 14 | | 14 | |  | |
| 2 | | Методы маркетинговых исследований | | 14 | | 14 | |  | |
| 3 | | Планирование маркетинга | | 14 | | 14 | |  | |
| 4 | | Маркетинговые коммуникации | | 14 | | 14 | |  | |
| 5 | | Маркетинг менеджмент, организационный маркетинг | | 14 | | 14 | |  | |
|  | | Итоговая форма контроля (тестирование) | | **2** | |  | | **2** | |
|  | | **ВСЕГО** | | **72** | |  | | **2** | |