

Учебный план
Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации
«Маркетолог»

Наименование дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость, час	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час	С применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения, час.					Самостоятельная работа, час	Текущий контроль успеваемости ¹	Промежуточная аттестация	Итоговая аттестация	Код компетенции
		Всего	В том числе					Всего	В том числе								
			Лекции / в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме	Практическое (семинарские) занятия / в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час			Лекции/ в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме	Практическое (семинарские) занятия / в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.Маркетинговая стратегия компании	14							6	2		4		8	Д, К	-	-	ПСК-1, ОПК-2
2.Что такое «Поведенческая экономика», и как на этом заработать	20							10	4		6		10	Д, К	-	-	ПСК-2, УК-1
3. Инструменты стратегического анализа	20							10	4		6		10	Д, К	-	-	ПСК-1, УК-1
4. Подбор и управление каналами маркетинга	16							8	4		4		8	Д, К	-	-	ПСК-2, ОПК-2
Итого:	70							34	14		20		36			3(Д)	
Итоговая аттестация	2	Зачёт															
Всего:	72																

¹ Д – диспут, К – кейс

З – зачет, (Д) – дистанционная форма проведения