



УДПО
Университет дополнительного
профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
ООО «Университет дополнительного
профессионального образования»

В.В. Иванов

«01» июня 2021 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
КУРСА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«Управление маркетингом»

Наименование модулей, тем	Расчетная			
	36 ак.ч.	72 ак.ч.	108 ак.ч.	144 ак.ч.
Модуль 1. Основные понятия маркетинга и маркетинговых исследований	6	12	18	28
1.1. Маркетинг как категория развития предприятия 1.2. Классификация маркетинга 1.3. Понятие маркетинговой деятельности 1.4. Роль маркетинга в управлении фирмой 1.5. Концепция маркетинга взаимодействия или маркетинга партнерских отношений (Relationship Marketing)				
Модуль 2. Товар и услуга в маркетинге	6	14	20	28
2.1. Маркетинговые исследования 2.2. Сегментация рынка 2.3. Товар и услуга в маркетинге 2.4. Основные категории маркетинга 2.5. Изменение роли маркетинга в операциях компании				
Модуль 3. Ценовая политика в маркетинге	6	14	22	30
3.1. Ценообразование: понятие и сущность 3.2. Сбытовая политика предприятия 3.3. Виды маркетинга 3.4. Особенности развития маркетинга в России 3.5. Штат специалистов-маркетологов				
Модуль 4. Продвижение товара	6	14	22	28
4.1. Маркетинг. История развития маркетинга и основные понятия продвижения товара (услуг) 4.2. Функции продвижения товаров (услуг) 4.3. Планирование рекламной деятельности для продвижения товаров. Прямой и интерактивный маркетинг и юридическое сопровождение 4.4. Сегментирование рынка и позиционирование товара (услуг) 4.5. Основное содержание и цели международного маркетинга в продвижении товаров (услуг)				
Модуль 5. Анализ в маркетинге. Международный маркетинг	6	12	20	24
5.1. Анализ в маркетинге 5.2. Маркетинговые коммуникации продвижения товара 5.3. Управление в маркетинге 5.4. Маркетинговый аудит 5.5. Международный маркетинг				
Итоговая аттестация				
Итоговое тестирование	6	6	6	6