УТВЕРЖДАЮ

­­­­­­­­ Ректор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Бородина М.И.

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 г.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки**

 **«Директор по маркетингу»**

**Цель обучения:**

Переподготовка руководителей и сотрудников служб маркетинга и рекламы, и отделов продвижения товаров и услуг на предприятиях различных организационно-правовых форм и видов деятельности

Формирование и расширение профессиональных компетенций, необходимых для выполнения профессиональных задач.

**Категория слушателей:** менеджеры по маркетингу и рекламе, специалисты по маркетингу, специалисты, связанных с продвижением товаров и услуг, рекламой, брендингом; сотрудники, использующие в своей работе различные маркетинговые инструменты, а также сотрудники отделов продаж, и рекламных агентств.

**Срок обучения:**

512 часов

**Режим обучения:**

1. 25 часов в неделю
2. 40 часов в неделю

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Дисциплина** | **Объем аудиторной нагрузки** | **Форма итогового контроля** |
| **Всего** |  |
| 1 | Личность руководителя | 44 | зачет |
| 2 | Информационные технологии в управлении  | 44 | зачет |
| 3 | Теория управления | 44 | зачет |
| 4 | Маркетинг | 44 | зачет |
| 5 | Управление персоналом | 44 | зачет |
| 6 | Трудовое право | 44 | зачет |
| 7 | Стратегический маркетинг | 44 | зачет |
| 8 | Маркетинг территорий | 44 | зачет |
| 9 | Основы рекламы | 44 | зачет |
| 10 | Основы брендинга | 44 | зачет |
| 11 | Итоговая работа | 72 | ВКР |
|  | **ИТОГО:** | **512** |  |