

Учебный план программы дополнительного образования по направлению Маркетинг

УТВЕРЖДЕНА
Решением Ученого совета
Протокол № 12/03
от 31/08/2015 г

Ректор НИ «ИНО»
В.Д.Бушуев
2015 г



№ п/п	Наименование дисциплины	Объем работы студента (час.)					Контрольная работа	Форма контроля
		Общее количество часов для изучения дисциплины	В том числе					
			Аудиторных	В том числе		На самостоятельную подготовку		
	Лекции	Практические занятия						
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Региональная экономика	18	12	6	6	6		3
2.	Поведение потребителей	18	12	6	6	6	1	Э
3.	Методы сбора маркетинговой информации	18	12	6	6	6		3
4.	Психология продаж	18	12	6	6	6		3
5.	Основы маркетинга	18	12	6	6	6	1	Э
6.	Мировая экономика	18	12	6	6	6		3
7.	Менеджмент	18	12	6	6	6	1	Э
8.	Финансы и кредит	18	12	6	6	6		3
9.	Организационное поведение	18	12	6	6	6	1	Э
10.	Экономика организации (предприятия)	18	12	6	6	6	1	Э
11.	Статистика рынка	24	18	12	6	8	1	Э
12.	Управленческие решения	18	12	6	6	6	1	Э
13.	Методы стимулирования сбыта	18	12	6	6	6		3
14.	Сегментирование рынка	24	18	12	6	6	1	Э
15.	Маркетинг услуг	18	12	6	6	6		3
16.	Бренд маркетинг	18	12	6	6	6	1	Э
17.	Коммерческое товароведение	18	12	6	6	6	1	Э
18.	Маркетинговое ценообразование	18	12	6	6	6		3
19.	Контроллинг	18	12	6	6	6	1	Э
20.	Маркетинговое управление поставками	18	12	6	6	6	1	Э
21.	Маркетинговые информационные системы	18	12	6	6	6	1	Э
22.	Ассортиментная политика фирмы	18	12	6	6	6	1	Э
23.	Логистика	18	12	6	6	6	1	Э
24.	Международный маркетинг	18	12	6	6	6	1	Э
25.	Маркетинговые исследования	26	18	12	6	8	1	Э
26.	Прикладной маркетинг	18	12	6	6	6		3
27.	Стратегический маркетинг	24	18	12	6	6	1	Э
ИТОГО Общая продолжительность теоретического обучения		500	336	174	162	164	18	18/9
Контрольных работ		18						
Экзаменов		18						
Зачетов		9						

