УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор
_____ Е.В. Лобанова
«06» марта 2026 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Управление маркетинговыми исследованиями и маркетинговыми коммуникациями в организации»

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей) практик	Всего акад. час.	В том числе				Форма контроля	Формируемые компетенции
			лекции	практика	сам. раб	аттестация		
1.	Сущность и методология маркетинговых исследований	14	4	2	8			ПК 1.1 ПК 1.2
2.	Методы сбора маркетинговой информации	14	4	2	8			ПК 2.1 ПК 2.2
3.	Методы исследования внешней среды и рынка сбыта организации	14	4	2	8			ПК 3.1 ПК 3.2
4.	Исследования товаров, конкурентов и потребителей продукта организации	14	4	2	8			ПК 4.1 ПК 4.2
5.	Управление маркетинговыми коммуникациями	14	4	2	8			ПК 5.1 ПК 5.2
6.	Исследования маркетинговых коммуникаций	14	4	2	8			ПК 6.1 ПК 6.2
7.	Итоговая аттестация	2				2	Зачет	
ИТОГО:		**86**	**24**	**12**	**48**	**2**		