

I. Учебный план

	Наименование разделов и дисциплин	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практические и лабораторные занятия	самостоятельная работа	
1.	Экономика	48	12	12	24	экзамен
2.	Основы менеджмента	52	12	14	26	экзамен
3.	Финансы организации	40	12	8	20	экзамен
4.	Современные концепции маркетинга	44	8	14	22	экзамен
5.	Сравнительный менеджмент	32	8	8	16	зачет
6.	Профессиональные навыки	32	-	16	16	тренинг, зачет
7.	Управление маркетингом на предприятии	52	10	16	26	к.проект, экзамен
8.	Маркетинговые исследования	48	10	14	24	к.проект, экзамен
9.	Бренд-менеджмент	40	8	12	20	экзамен
10.	Ценообразование	40	8	12	20	экзамен
11.	Управление продажами	40	8	12	20	зачет
12.	Электронная торговля	20	4	6	10	зачет
13.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	40	8	12	20	экзамен
14.	Маркетинговая логистика	32	6	10	16	зачет
15.	Управление качеством	24	4	8	12	зачет
16.	Учет в организациях	24	8	4	12	зачет
17.	Бизнес-планирование	40	8	12	20	зачет
18.	Курс по выбору	32	4	12	16	зачет
19.	Иностранный язык	360	-	180	180	экзамен
20.	Итоговая аттестация	60	-	30	30	защита
21.	Итого	1100	138	412	550	

Руководитель дополнительной образовательной программы _____

д.э.н., проф. О.Н. Беленов