



«Московская международная высшая
школа бизнеса «МИРБИС» (Институт)

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
по дополнительной профессиональной программе
повышения квалификации
«Маркетинг-менеджмент»

| № | Название разделов, дисциплин/ модулей | Общая трудоёмк ость | Трудоёмкость (часы) | | | Самосто ятельная работа | Форма итогового контроля |
|---|--|---------------------------|---------------------|-----------------|---|-------------------------------|--------------------------------|
| | | | Всего | Контактные часы | | | |
| | | | | Аудиторных | с использованием дистанционных форм обучения | | |
| 1 | Управление товарной категорией | 40 | 20 | 16 | 4 | 20 | Устный опрос |
| 2 | Формирование политики и тактики ценообразования | 36 | 16 | 16 | - | 20 | Устный опрос |
| 3 | Практика интернет- торговли | 40 | 20 | 16 | 4 | 20 | Устный опрос |
| 4 | Формирование сквозной аналитики для управления продажами | 32 | 16 | 16 | - | 16 | Устный опрос |
| 5 | Практика интернет- рекламы | 40 | 20 | 16 | 4 | 20 | Устный опрос |
| 6 | Практика развития креативности | 28 | 12 | 12 | - | 16 | Устный опрос |
| 7 | Практика медиапланирования | 36 | 16 | 16 | - | 20 | Устный опрос |
| | Итоговая аттестация | 4 | 4 | 4 | 0 | 0 | Экзамен |
| | ИТОГО | 256 | 124 | 112 | 12 | 132 | |