

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
 дополнительной профессиональной программы
 (повышения квалификации)
«Основы маркетинга для организации профессионального образования».

№, п/п	Наименование раздела, дисциплин (модулей)	Общая трудоемкость, час	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.				СРС, час.	Промежуточная аттестация
			Аудиторные занятия (в т.ч. интерактивные формы обучения в режиме он-лайн), час.			Электронное обучение, час.		
			всего	из них				
				лекции	Практические занятия,			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Раздел 1. Введение в стратегический маркетинг	7				6	1	
2.	Раздел 2. Маркетинговый аудит. Анализ возможностей рынка.	9				8	1	
3.	Раздел 3. Постановка маркетинговых целей в рамках стратегии образовательной организации.	9				8	1	
4.	Раздел 4. Сегментирование рынка - ключевой инструмент стратегического маркетинга. Методы позиционирования профессиональной образовательной организации.	7				6	1	
5.	Раздел 5. Определение стратегий образовательной организации в отношении бренда.	5				4	1	
6.	Раздел 6. Стратегии в области коммуникаций.	6				4	2	
7.	Раздел 7. Стратегические решения по каналам дистрибуции и цене продукта.	3				2	1	
8.	Итоговая аттестация	2				2		
9.	ИТОГО	48				40	8	