

Календарный учебный график.

Наименование раздела, дисциплин (модулей)	Объем нагрузки, час.	Учебные недели (4 учебные недели)							
		3 дня	4 дня	4 дня	3 дня	2 дня	3 дня	2 дня	1 день
Раздел 1. Введение в стратегический маркетинг	7								
Раздел 2. Маркетинговый аудит. Анализ возможностей рынка.	9								
Раздел 3. Постановка маркетинговых целей в рамках стратегии образовательной организации.	9								
Раздел 4. Сегментирование рынка - ключевой инструмент стратегического маркетинга. Методы позиционирования профессиональной образовательной организации.	7								
Раздел 5. Определение стратегий образовательной организации в отношении бренда.	5								
Раздел 6. Стратегии в области коммуникаций.	6								
Раздел 7. Стратегические решения по каналам дистрибуции и цене продукта.	3								
Итоговая аттестация	2								
ИТОГО	48								

На основании календарного учебного графика по дополнительной профессиональной программе¹ составляется расписание занятий по форме.

¹ Программа может быть освоена по индивидуальному учебному графику при условии выполнения общей трудоемкости в соответствии с учебным планом