

**Календарный учебный график**  
 программы повышения квалификации  
«Менеджмент – маркетинг организации»

Объем программы – 40 часов  
 Форма обучения: очно-заочная, с использованием дистанционных образовательных технологий.  
 Занятия проводятся по мере комплектования групп.

№	Наименование тем (разделов)	1 День	2 День	3 День	4 День	5 День	6 День	Л	ПР	СР	Всего
1.	Системный подход в изучении менеджмента	4						3	1	2	6
2.	Целевой подход в менеджменте		4					3	1	3	7
3.	Стратегическое управление			4				3	1	3	7
4.	Сущность, принципы и функции маркетинга				4			3	1	3	7
5.	Комплекс маркетинга и инструменты его реализации					4		6	2	3	11
<b>ВСЕГО:</b>											
	Итоговая аттестация (зачет)							18	6	14	38
	Общая трудоемкость программы	4	4	4	4	4	4	18	8	14	40

Заместитель директора по учебно-методической работе  Е.А. Назырова



Условные обозначения	
ПЗ	Практические занятия
Л	Лекции
СР	Самостоятельная работа