

**2.3. Календарный учебный график
программы повышения квалификации
«Цифровой маркетинг и медиа»**

Объем программы – 72 часа

Форма обучения: очно-заочная

Занятия проводятся по мере комплектования групп.

№	Наименование тем (разделов)	дни									Л	ПР	ЗвИФ	СР	Всего
		1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	7 день	8 день	9 день					
1.	Современные направления и инструменты развития маркетинга	4									2	2	2	6	10
2.	Введение в Digital- маркетинг. Характеристика сети Интернет как сферы рыночных отношений		4	2							2	4	4	6	12
3.	Информационное обеспечение цифрового маркетинга. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения.			2	4						2	4	4	6	12
4.	Современные цифровые коммуникации и новые медиа					4	2				2	4	4	6	12
5.	Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга.						2	4			2	4	4	6	12
6.	Поведенческая экономика и финансы								3	3	2	4	4	6	12
Тестирование (зачет)											2	4	4	6	2
ВСЕГО:		4	4	4	4	4	4	4	3	3	12	22	22	36	72

Заместитель директора по учебно-методической работе

Условные обозначения	
ПЗ	Практические занятия
Л	Лекции
ЗвИФ	Занятия в интерактивных формах
СР	Самостоятельная работа



Е.А. Назырова