

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.09.2021 16:41:23

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Планирование и организация ВТЛ - мероприятий

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Цели освоения дисциплины: формирование у магистрантов знаний и умений в области планирования и организации ВТЛ-мероприятий, а также навыков применения полученных знаний в профессиональной деятельности.

## 2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий**

**ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

### Знать:

методики проведения критического анализа проблемных ситуаций на базе системного подхода, выработать стратегию действий (соотнесено с индикатором УК-1.1);  
основы и методы формирования и осуществления маркетинговых программ с использованием современных инструментов комплекса маркетинга (соотнесено с индикатором ПК-1.1)

### Уметь:

применять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором УК-1.2);  
формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием маркетинговых инструментов, - от коммуникаций до ценовой политики и места продаж товаров и услуг (соотнесено с индикатором ПК1.2)

### Владеть:

владеть навыками осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором УК-1.3);  
владеть навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием с использованием современных маркетинговых инструментариев (соотнесено с индикатором ПК-1.3)