

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.04.2024 13:31:34

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 р на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
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, вырабатывать 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, вырабатывать 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, вырабатывать 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 ПК-1.2)

Владеть:

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