

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 31.01.2023 15:42:21

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Планирование и организация ВТЛ - мероприятий

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **заочная**

## Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	90	90	90	90
Часы на контроль	4	4	4	4
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:**

основы 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:**

навыками осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором УК-1.3); основы и методы формирования и осуществления маркетинговых программ с использованием современных инструментов комплекса маркетинга (соотнесено с индикатором ПК-1.1)