

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
 Должность: и.о. ректора
 Дата подписания: 26.04.2024 09:34:34
 Уникальный программный ключ:
 4e7c4ea90328ec8e65c...

Аннотация рабочей программы дисциплины

Технологии продаж и интернет-продвижение

направление подготовки: 37.03.02 «Конфликтология»

направленность (профиль): Организационно-управленческие конфликты

Цели изучения дисциплины: сформировать навыки профессиональной коммуникации, которые необходимы для организации условий и процесса эффективных продаж с применением информационных технологий.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Технологии продаж и интернет-продвижение» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений учебного плана.

3. Результаты освоения дисциплины: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
	УК-1.1. Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач	Знать: 3.1 примеры применения системного подхода при поиске и обработке информации Уметь: У.1 определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектировать процессы по их устранению. Владеть: В.1 способностью разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов.
	УК-1.2. Применяет системный подход для решения поставленных задач	Знать: 3.2 основные пути решения поставленных задач Уметь: У.2 определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов Владеть: В.2 методикой системного подхода для решения поставленных задач
	УК-1.3. Способен соотносить разнородные явления и систематизировать информацию в рамках избранных видов деятельности	Знать: 3.3 методы анализа информации в рамках избранных видов деятельности Уметь: У.3 При обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок,

		<p>формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы</p> <p>Владеть: В.3 способностью устанавливать причинно-следственные связи и определять наиболее значимые среди них</p>
<p>ПКС-6 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПКС-6.1.Использует маркетинговые технологии</p>	<p>Знать: 3.4 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: У.4 применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта</p>
	<p>ПКС-6.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.</p>	<p>Знать: 3.5 современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности</p> <p>Уметь: У.5 применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Владеть: В.4 специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности</p>
	<p>ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p>	<p>Уметь: У.6 проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: В.5 навыками организации мониторинга маркетинговой информации</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины(модуля)

составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

5. Форма промежуточной аттестации

очная форма обучения: зачет 6 семестр.

Рабочую программу разработала:

Баикина Ю.О., доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, к.с.н.

Заведующий кафедрой
маркетинга и муниципального управления



М.Л. Белоношко