

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

Событийный маркетинг

по направлению подготовки 37.03.02 Конфликтология

направленность (профиль): Организационно-управленческие конфликты

Цели изучения дисциплины: сформировать у обучающихся знание, умение и навыки комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии организации в различных сферах деятельности.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Событийный маркетинг» 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	Результата обучения по дисциплине
ПКС-6. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.1. Использует маркетинговые технологии.	З1.Знает основные маркетинговые технологии
	ПКС-6. 3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.	У3.Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.
	ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	В.4 Владеет навыками проведения мониторингов внутри организации, в сети Интернет и других источниках для получения информации.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

5. Форма промежуточной аттестации

очная форма обучения: зачет 8 семестр;

Рабочую программу разработала:

Белоножка Л.Н., доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, к.с.н.

Заведующий кафедрой
маркетинга и муниципального управления

М.Л. Белоножка