

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
 Должность: и.о. ректора
 Дата подписания: 26.04.2024 10:13:40
 Уникальный программный ключ:
 4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**Аннотация рабочей программы дисциплины
 Маркетинг территорий**

**основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки
 37.03.02 «Конфликтология»**

Направленность (профиль): Организационно-управленческие конфликты

1. Цели изучения дисциплины: формирование теоретических знаний и практических навыков по методологии и организации территориального маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к элективным дисциплинам учебного плана, части формируемой участниками образовательных отношений.

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
ПКС-6. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.1. Использует маркетинговые технологии	Знать: 3.1 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
		Уметь: У.1 применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
	ПКС-6.2. Детализирует структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений.	Знать: 3.2 организационные структуры организации
		Уметь: У.2 выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации.
	ПКС-6.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	Знать: 3.3 современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности
		Уметь: У.3 применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
		Владеть: В.3 специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
	ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Уметь: У.4 проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.
		Владеть: В.4 навыками организации мониторинга маркетинговой информации
	ПКС-6.5. Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ	Знать: 3.5 аналитику данных
Уметь: У.5 обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации		

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
		коммуникационного продукта
ПКС-8. способность проводить комплексную региональную социально-экономическую диагностику	ПКС-8.1 Проводит комплексную региональную социально-экономическую диагностику	Знать 3.1 современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации Уметь: У1. анализировать информацию профессионального содержания для определения характера информации, состава ее источников и условий ее получения Владеть: В.1. навыками поиска и сбора информации
	ПКС-8.2 Использует методы и инструменты проведения исследований	Знать 3.2 принципы экономики и социологии Уметь: У.2 определять цели исследований, необходимых для планирования и проектирования обустройства территорий Владеть: В.2 навыками определения целей исследований и изысканий

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

5. Форма промежуточной аттестации
очная форма обучения: зачет – 8 семестр

**Заведующий кафедрой
маркетинга и муниципального управления**



М.Л. Белоношко