

«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Б1.Б.28

Дисциплина «Основы маркетинга» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификации бакалавр, входит в базовую часть дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целями изучения дисциплины «Основы маркетинга» являются: формирование у обучающихся системы знаний о маркетинге как науке, философии бизнеса, виде деятельности, способе управления субъектами рыночной среды, а также выработка умений и навыков принятия эффективных маркетинговых решений на предприятии.

Основными задачами дисциплины являются:

- теоретические знания о маркетинге и его развитии, месте среди других дисциплин и его особенностях;
- прикладные знания в области развития форм и методов маркетингового экономического и коммуникативного управления субъектами рыночной деятельности;
- навыки реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности специалиста на предприятии, как в рыночной, так и не рыночной среде.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Основы маркетинга» входит в базовую часть дисциплин Б1.Б (индекс Б1.Б.28) и является одной из основных дисциплин, формирующих рыночное мировоззрение при подготовке обучающихся по специальности «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Основы маркетинга» тесно связана с «Коммуникационным менеджментом» и «Основы экономических знаний». Знания в этих областях, приобретенные в результате освоения предшествующих дисциплин (модулей), необходимы обучающимся для изучения дисциплины «Основы маркетинга».

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующий этап для таких дисциплин как «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Интернет-маркетинг», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Основы маркетинга», соотнесенных с плани-

руемыми результатами освоения образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-14 - способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;

ПК-15 - владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия маркетинга;
- факторы маркетинговой среды и их классификации;
- состав и содержание комплекса маркетинговых инструментов;
- методы и инструменты маркетинговых исследований;
- особенности управления маркетинговой деятельностью на предприятии.

Уметь:

- сегментировать рынок и позиционировать товар в рамках целевого сегмента;
- организовать коммуникационные отношения и связи предприятия с субъектами рынка;
- разрабатывать план маркетинга.

Владеть:

- методами анализа маркетинговой среды и принятия управленческих решений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.