

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинг

Наименование ОПОП ВО

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов системы теоретических знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, а также как о процессе определения, производства и передачи потребителю товарной ценности; выработка практических умений применения основных маркетинговых методов, инструментов и процедур, владения навыками организации, управления и проектирования маркетинговой деятельности предприятия.

В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи: - получение студентами представления о маркетинге как о философии и идеологии ведения бизнеса, позволяющей выявлять и удовлетворять рыночные потребности; - получение представления об основных принципах маркетинга, комплексе маркетинга и его составляющих; - овладение процедурами исследования и сегментирования рынков, позиционирования рыночного предложения; изучение основ разработки и реализации маркетинговых стратегий и программ; - приобретение умений в области формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политик предприятия, - умение управлять процессом определения и создания потребительской ценности, - применять средства, методы процедуры маркетинга, разрабатывать маркетинговые стратегии и программы.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)	ПКВ-3 : Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКВ-3.1к : Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	РД1	Знание	основные методики маркетинговых исследований

		ПКВ-3.2к : Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	РД2	Умение	использовать на практике основные методики маркетинговых исследований
		ПКВ-3.3к : Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	РД3	Навыки	основными методиками маркетинговых исследований

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Маркетинг – философия современного бизнеса.
- 2) Маркетинговая среда: анализ и взаимодействие.
- 3) Исходные понятия маркетинга.
- 4) Покупательское поведение.
- 5) Маркетинговая информационная система.
- 6) Маркетинг – ориентированное стратегическое планирование.
- 7) Товарная политика в маркетинге.
- 8) Цены и ценообразование в маркетинге.
- 9) Стратегия продвижения в маркетинге.

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.В	5	4	55	36	18	0	1	0	89	Э

Составители(ль)

Юрченко Н.А., доцент, Кафедра маркетинга и торговли, Natalya.Yurchenko@vvsu.ru