

Частное образовательное учреждение высшего образования "Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"

Основы маркетинга

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану		108	Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 4
аудиторные занятия		51,3	
самостоятельная работа		56,7	
часов на контроль			
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану		180	Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 5
аудиторные занятия		12,3	
самостоятельная работа		91,7	
часов на контроль		4	
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану		180	Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет 3
аудиторные занятия		10,3	
самостоятельная работа		94	
часов на контроль		3,7	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	17		17	
Практические	34		34	
Контактная работа на курсовую работу				
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	51,3		51,3	
Контактная работа				
Сам. работа	56,7		56,7	
Часы на контроль				
Итого	108		108	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	
Лекции	4		4	
Практические	8		8	
Контактная работа на курсовую работу				
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	12,3		12,3	
Контактная работа				
Сам. работа	91,7		91,7	
Часы на контроль	4		4	
Итого	108		108	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	
Лекции	4		4	
Практические	6		6	
Контактная работа на курсовую работу				
Контактная работа на аттестацию	0,3		0,3	
Итого ауд.	10,3		10,3	
Контактная работа				
Сам. работа	94		94	
Часы на контроль	3,7		3,7	
Итого	108		108	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель - формирование у обучающихся комплекса знаний и практических навыков в области маркетинговой деятельности, методов проведения маркетинговых исследований, сформировать основной инструментарий маркетинга и базовые знания в области маркетинговой политики.

Задачами учебной дисциплины «Маркетинг» являются:

изучение с основных положений теории маркетинга

- изучение приемов и методов функционального маркетинга,
- изучение методов сбора и анализа маркетинговой информации,
- подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.
- изучение деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- овладение навыками использования маркетингового инструментария.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Статистика
2.1.2	Экономическая теория
2.1.3	Теория Менеджмента
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинговые исследования
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-2.1 Использует необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения

Знать: правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения

Уметь: принимать управленческие решения

Владеть: навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом правовых норм

УК-2.3 Применяет методики разработки цели и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах

Знать: основы командообразования

Уметь: выявлять факторы формирования команд

Владеть: навыками социального взаимодействия

УК-9.3 Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач

Знать: основные приемы и технологии экономических наук

Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук

Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач

ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества;

Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации;

Владеть: выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке.

ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации;

Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов;	
Владеть: навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций и связей с общественностью, навыками эффективного общения в профессиональной деятельности.	
ОПК-4.3 - Применяет навыки ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
Знать: особенности соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	
Уметь: интерпретировать результаты социологических данных под запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп в профессиональной деятельности.	
Владеть: навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен	
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> • понятия и утверждения, входящие в содержание дисциплины, • особенности организации маркетинга на предприятии • особенности и инструменты стратегического и оперативного маркетинга; • маркетинговую составляющую всех стадий создания и движения товара от его замысла до реализации спроса на него; • инструменты товарного маркетинга, ассортиментной и марочной политики; • принципы маркетингового ценообразования; • технологию сбыта товаров; • методы формирования каналов товародвижения; • способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей; • методологию маркетинговых исследований.
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> • ориентироваться на рынке маркетинговой информации; • грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; • осуществить анализ рыночных параметров; • разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; • применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. • выявлять и удовлетворять требованиям потребителей товара (услуги); • оценивать рыночную ситуацию;
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> • методами своевременного получения рыночной информации; • инструментарием маркетинговых исследований товаров и услуг; • умением практического применения в хозяйственной деятельности предприятия