

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы маркетинга»

Дисциплина «Основы маркетинга» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование знаний о маркетинге и маркетинговой деятельности для компаний, работающих в конкурентной среде
Задачи: 1) освоение ключевых понятий маркетинга, базовых методик анализа и описания маркетинговых ситуаций, 2) умение анализировать потребителей, конкурентов, факторы внешней и внутренней среды компании, 3) получение навыков разработки комплекса маркетинга для компании.

Изучаемые объекты дисциплины

- потребители, - конкуренты, - комплекс маркетинга - маркетинговая деятельность компании, - внешняя рыночная среда компании.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)	36	36	
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				
Основные понятия и концепции маркетинга	6	0	12	20
Тема 1. Терминология и концепции развития маркетинга Тема 2. Маркетинговая среда компании Тема 3. Описание потребителей, сегментация и позиционирование Тема 4. Анализ конкурентной среды Тема 5. Исследования и сбор данных в маркетинге				
Маркетинг-микс	6	0	12	20
Тема 6. Товарная политика и упаковка Тема 7. Ценовая политика Тема 8. Технологии и процессы продаж Тема 9. Продвижение продукта и коммуникации с потребителем Тема 10. Работа с сотрудниками и комьюнити				
Маркетинговая стратегия	4	0	8	14
Тема 11. Стратегические матрицы Тема 12. Виды маркетинговых стратегий				
ИТОГО по 5-му семестру	16	0	32	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	32	54