|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Основы маркетинга** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | [42.03.01](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70480868/420301) | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью  в коммерческой сфере | |
| Срок освоения образовательной программы по заочной форме обучения | 4 года 11 месяцев | |
| Форма(-ы) обучения | заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Основы маркетинга» изучается на четвертом курсе
      2. Курсовая работа – непредусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации

Экзамен

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Предметом дисциплины являются теория и практика современного маркетингового механизма воздействия на конкурентные позиции предприятия на рынке. Целью данного курса является формирование у магистров целостного представления о маркетинге как одной из составляющих теории и практики управления. Ставится задача сформировать у магистров представление о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации деятельности предприятия, направленной на решение задач по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, наилучшим образом отвечающим потребностям клиентов и потенциальных покупателей. Курс «Основы маркетинга» позволяет рассматривать маркетинг как комплексную систему управления, направленную на изучение рыночной среды и запросов потребителей с целью их удовлетворения и конструирования согласно стратегическим направлениям развития предприятия.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

## Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| **Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций** | **Код и наименование общепрофессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции**  **(ИД-ОПК)** |
| --- | --- | --- |
| Аудитория | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ИД-ОПК-4.1 Изучение социологических данных и их соотнесение с запросами и потребностями общества и отдельных целевых групп / групп общественности  ИД-ОПК-4.2 Использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности  ИД-ОПК-4.3 Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью |

## Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| **Наименование профессиональных стандартов** | **Код и наименование профессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции**  **(ИД-ПК)** |
| --- | --- | --- |
| **Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый** | | |
| 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации | ПК-2  Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ИД-ПК-2.1  Использование различных источников информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментов  ИД-ПК-2.2  Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по заочной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |