

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Основы маркетинга
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт)
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	<p>Целями освоения дисциплины модуля «Основы маркетинга» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов теоретических знаний об основах и сущности маркетинга, теории и практики современного маркетингового механизма,</li> <li>- ознакомление с содержанием и направлениями маркетинговых исследований,</li> <li>- приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария технологии проведения маркетинговых исследований в области исследования рынка, потребителей, конкурентов, оценки собственного потенциала предприятия.</li> </ul>
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3; ПК-9;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1. Понятие маркетинга, его теории, истории и принципы</p> <p>Тема 2. Потребности и потребители в маркетинге</p> <p>Тема 3. Товар и товарная политика</p> <p>Тема 4. Рынок как объект маркетинга</p> <p>Тема 5. Конкуренция и конкуренты маркетинга</p> <p>Тема 6. Сбытовая политика</p> <p>Тема 7.Ценовая политика маркетинга</p> <p>Тема 8. Продвижение и коммуникация в маркетинге</p> <p>Тема 9. Продвижение: техника рекламы</p> <p>Тема 10. Маркетинг товаров для производства</p> <p>Тема 11. Стратегическое маркетинговое планирование</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой