

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 23.08.2021 16:33:11

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

МАРКЕТИНГ

Основы маркетинга

Закреплена за кафедрой

Маркетинг и реклама

Учебный план

42.03.01_1.plx

Форма обучения

очная

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	30	30	30	30
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная	36	36	36	36
Сам. работа	108	108	108	108
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими основами и современными методами маркетинговой деятельности предприятий в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры.
1.2	Задачи изучения дисциплины:
1.3	- изучение сущности, основных принципов и функций маркетинга;
1.4	- изучение методов сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью;
1.5	- исследование инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности;
1.6	- изучение комплекса маркетинга и методов маркетинговых исследований;
1.7	- исследование методов анализа и оценки маркетинговой деятельности для разработки стратегии организации.

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

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Знать:

Основные понятия, категория и инструменты экономической теории и прикладных дисциплин

Уметь:

Систематизировать и устанавливать достоверность информации

Владеть:

методами экономического анализа в профессиональной деятельности

ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования

Знать:

демонстрировать знания основ социологических, в том числе маркетинговых исследований

Уметь:

организовывать и проводить социологические, в том числе маркетинговые исследования

Владеть:

методами проведения научных, в том числе маркетинговых исследований; методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации

ПК-11: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
Знать:	
	демонстрировать знания методов составления аналитических справок, обзоров, прогнозов маркетинговой деятельности
Уметь:	
	создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы
Владеть:	
	навыками литературного редактирования, копирайтинга