Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Хабаровская государственная академия экономики и права»

Кафедра Маркетинга и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.Б. Миронова

 «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2011г.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАМЫ ДИСЦИПЛИНЫ

**«Основы маркетинга»**

по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

профиль 01 «Реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе»

очной формы обучения

Хабаровск 2011

**1. Цели и задачи дисциплины:**

**1.1. Цели дисциплины:**

− освоение теоретических знаний в области маркетингового управления фирмой в рыночной среде;

− приобретение умения использовать теоретические знания при планировании и выполнении маркетинговых функций в организации.

**1.2. Задачи курса:**

− изучить сущность и содержание современных концепций маркетинга;

− усвоить принципы и функции маркетинга как концепции управления;

− освоить практические навыки разработки основных элементов комплекса маркетинга фирмы;

− овладеть навыками реализации основных функций маркетинга.

**2. Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина входит в базовую часть Профессионального цикла ООП и базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин: «Теория коммуникаций», «Экономика», «Социология», «Математика и статистика», «Психология».

Требования к входным знаниям по результатам освоения дисциплин:

* основные философские категории и закономерности развития общества;
* основные понятия макро и микроэкономики;
* основные понятия и принципы организации коммуникаций;
* методы статистического и математического анализа;
* основы психологии поведения человека .

Преподавание дисциплины осуществляется одновременно с курсами «Философия», «Теория и практика массовой информации», «Основы менеджмента», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» и др., что обеспечивает формирование межпредметных связей и способствует успешному закреплению у студентов полученных знаний.

Знания и умения, приобретенные при изучении дисциплины, формируют базу и развиваются в ходе освоения материала курсов:» Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Экономика организации», « Стратегический маркетинг» и др.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**3.1. Общекультурные компетенции:**

- владеть способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке целей и выбору путей её достижения;

- уметь использовать нормативные документы в своей профессиональной деятельности;

- способность к саморазвитию и повышению своей квалификации и мастерства;

- быть готовым к кооперации с коллегами и работе в коллективе.;

- способность учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности;

 - осознавать социальную значимость своей будущей профессии.

**3.2. Профессиональные компетенции:**

- обладать пониманием основ маркетинга;

- знать историю развития маркетинга и современные концепции управления маркетинговой деятельностью;

- владеть навыками работы в маркетинговом отделе.

**В результате изучения дисциплины студент должен:**

**Знать :**

- роль, принципы и функции маркетинга,

- основы маркетинговых коммуникаций;

- виды, формы и методы маркетинговых коммуникаций;

- правовые и этические аспекты маркетинговой деятельности.

**Уметь :**

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией маркетинговых функций;

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке маркетинговых программ;

- использовать маркетинговый инструментарий для анализа внешней и внутренней среды.

**Владеть :**

- навыками проведения ситуационного анализа;

- способностью работать в группах и коллективах маркетинговых отделов и службах в качестве исполнителя.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Виды учебной работы** | **Всего часов** | **семестры** |
| 3 |  |  |  |
| Аудиторные занятия ( всего), в том числе | 95 | 95 |  |  |  |
| Лекции | 38 | 38 |  |  |  |
| Практические занятия | 57 | 57 |  |  |  |
| Самостоятельная работа(всего), в том числе | 85 | 85 |  |  |  |
| Общая трудоемкость: часы зачетные единицы | 180 | 180 |  |  |  |
| 5 | 5 |  |  |  |