

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины «Основы маркетинга»
по подготовке бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина «Основы маркетинга» входит в базовую часть Блока 1 (Б1) «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на юридическом факультете Пензенского государственного университета, кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания».

Целями освоения учебной дисциплины «Основы маркетинга» являются: формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга; подготовка квалифицированных бакалавров в области рекламы и связей с общественностью, способных участвовать:

- в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- в проведении рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- в подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей;
- в сборе, обработке и анализе полученных данных.

Результаты освоения дисциплины достигаются путем чтения студентам лекций; проведения с ними практических занятий; использования в процессе обучения компьютерной техники и мультимедийной аппаратуры; организации самостоятельной внеаудиторной работы студентов и подготовки ими письменных работ (рефератов, обзоров публикаций профессиональных периодических изданий (при очной форме обучения), контрольной работы (при заочной форме обучения)).

Изучение дисциплины «Основы маркетинга» базируется на положениях следующих дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Психология», «Экономика», «Основы менеджмента», «Основы теории коммуникации».

Основные положения данной дисциплины могут быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы брендинга», «Брендинг территории», а также при написании выпускной квалификационной работы.

Дисциплина изучается на 2-м курсе (3-й семестр) при очной и заочной формах обучения.

Содержание учебной дисциплины «Основы маркетинга»:

Тема 1. Маркетинг как философия бизнеса, научная и учебная дисциплина;

Тема 2. Маркетинговая среда предприятия;

Тема 3. Система маркетинговых исследований;

Тема 4. Исследование товарных рынков;

Тема 5. Изучение потребителей.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных точек, контрольная работа при заочной форме обучения, промежуточный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены:

- при очной форме обучения: лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студента (36 часа);
- при заочной форме обучения (5 лет / 3,5 года): лекционные занятия (4/4 часа), практические занятия (4/2 часа), самостоятельная работа студента (64/66 часов).

Автор рабочей программы
дисциплины «Основы маркетинга»
к.э.н., доцент, доцент кафедры «МКиСО»

В.М. Мокрушин