

## **Б1.О.12 Основы маркетинга**

Цель курса — дать представление о маркетинге как о современной деловой философии, с одной стороны, и практической деятельности фирмы в условиях современных рынков — с другой; сформировать у студентов четкое представление о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы (предприятия) по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных покупателей

**Взаимосвязь** дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики, а также в процессе освоения

дисциплин «Организация работы отделов рекламы и СО», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Разработка и производство рекламного продукта», «Основы интегрированных коммуникаций рекламы и СО».

**Требования** к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Экономики», «Математика и статистика».

**Трудоемкость** дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3;

Форма контроля – экзамен.