

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 09.04.2024 16:32:55
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea903d9183a891e31104d001

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Маркетинг

основных профессиональных образовательных программ

для направлений подготовки, реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям (Социально-гуманитарный стандарт ТИУ)

38.03.10 «Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура»

Направленность (профиль): Организация деятельности предприятий жилищного хозяйства и коммунальной инфраструктуры

38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

41.03.06 «Публичная политика и социальные науки»

Направленность (профиль): Публичная политика и государственное управление

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

43.03.01 «Сервис»

Направленность (профиль): Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания

43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

1. Цели изучения дисциплины:

Дисциплина «Маркетинг» состоит из двух модулей «Основы маркетинга» и «Реклама и PR»

Модуль «Основы маркетинга»: формирование знаний об оптимальном использовании всего набора маркетинговых приемов и инструментов для решения поставленных целей и задач организации.

Модуль «Реклама и PR»: формирование знаний, умений и навыков квалифицированного и компетентного представления и комплексного видения рекламной и PR деятельности; особенностями их применения для производственных предприятий, организаций торговли, государственных учреждений, общественных организаций и отдельных людей.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

3. Результаты освоения дисциплины (модуля): формируемые компетенции и индикаторы их достижения

3.1. Модуль «Основы маркетинга»:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет выбор актуальных российских и зарубежных источников, а так же поиск, сбор и обработку информации, необходимой для решения поставленной задачи	Знать: З1 основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода
		Уметь: У1 осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации.
		Владеть: В1 навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 008E624DF98BC2E90078B97FC72BE94C3F
Владелец: Ефремова Вероника Васильевна
Действителен: с 11.08.2023 до 03.11.2024

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
		потребителя необходимой информации
	УК-1.2. Систематизирует и критически анализирует информацию, полученную из разных источников, в соответствии с требованиями и условиями задачи	Знать: 32 критерии сопоставления различных вариантов решения поставленной задачи
		Уметь: У2 сопоставлять и оценивать различные варианты решения поставленной задачи, определяя их достоинства и недостатки
		Владеть: В2 навыками разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ

3.2. Модуль «Реклама и PR»:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Проводит анализ поставленной цели и формулирует совокупность взаимосвязанных задач, которые необходимо решить для ее достижения.	Знать: 33 природу данных, необходимых для решения поставленных задач
		Уметь: У3 системно анализировать поставленные цели, формулировать задачи и предлагать обоснованные решения
		Владеть: В3 навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения задач, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: 34 основные методы принятия решений, в том числе в условиях риска и неопределенности
		Уметь: У4 разрабатывать и оценивать альтернативные решения с учетом рисков
		Владеть: В4 навыками разработки альтернативных решений с учетом рисков

4. Общая трудоемкость дисциплины

составляет 7 зачетных единиц, 252 часа

5. Форма промежуточной аттестации

очная форма обучения: зачет – 3 семестр, экзамен – 4 семестр

заочная форма обучения: зачет – 3 семестр, экзамен – 4 семестр

**Заведующий кафедрой
маркетинга и муниципального управления**

М.Л. Белоножко

Лист согласования

Внутренний документ "Маркетинг_2023_Соц.-гум._Марк."

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал:

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Начальник отдела	Шлык Константин Юрьевич		Согласовано
	Специалист 1 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано