

## АННОТАЦИЯ рабочей программы ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- сущность и характерные черты современного маркетинга, историю его развития;
- маркетинговую политику организации;
- маркетинговую среду организации;
- маркетинговые исследования рынка.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- оперировать основными понятиями и категориями маркетинга;
- эффективно использовать маркетинговые коммуникации;
- использовать на практике основные принципы и инструменты маркетинговых исследований;

В результате изучения учебной дисциплины «Основы маркетинга» обучающийся должен обладать общими и профессиональными компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

**Одними из рассматриваемых тем дисциплины являются:** Понятие и сущность маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Маркетинговая среда организации. Маркетинговая политика организации. Маркетинговые исследования рынка

**Место дисциплины в структуре ППСЗ:** учебная дисциплина «Основы маркетинга» является дисциплиной общепрофессиональный цикл программы подготовки специалистов среднего звена при освоении специальности СПО 42.02.01 Реклама