

Б1.В.ДВ.6.1 Основы маркетинга в СМИ

Аннотация дисциплины

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки «Периодическая печать»

Дисциплина (Модуль)	Б1.В.ДВ.6.1 Основы маркетинга в СМИ				
Содержание	<ul style="list-style-type: none"> - получить базовые представления о целях и задачах маркетинга, роли маркетинга в современном обществе; - владеть навыками использования маркетингового инструментария; - изучить содержание маркетинговой деятельности предприятий; - уметь проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности предприятия. 				
Реализуемые компетенции	<p>ОК-4 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>ОПК-11 способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента</p> <p>ПК-3 способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов</p>				
Результаты освоения дисциплины (модуля)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и значение маркетинга в деятельности предприятий; систему маркетинговой деятельности предприятия; - элементы комплекса маркетинга предприятия; методы сбора и обработки маркетинговой информации; - стратегию целевого маркетинга предприятия; - особенности поведения потребителей в рыночных условиях; - сущность товарной политики предприятия; - методы и стратегии ценообразования в маркетинге; - систему и методы распределения и товародвижения товаров; - роль и значение коммуникативной политики предприятия; - особенности организации маркетинга на предприятии. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять, формировать и удовлетворять потребности потребителей; - проводить маркетинговые исследования по различным направлениям; - разрабатывать стратегии маркетинговой деятельности предприятия; - сегментировать рынок и работать с различными сегментами потребителей; <p>формировать спрос и стимулировать сбыт товаров и услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать маркетинговые решения в промышленной, сбытовой и торговой деятельности предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами и методами проведения маркетинговых исследований; - основными стратегиями маркетинга; - умениями и навыками организации маркетинговой деятельности и оценки ее эффективности. 				
Трудоемкость, ЗЕТ	2 з.е (72 ч.)				
Объем занятий, часов	Очная форма				
		Лекций	Практических занятий	Лабораторных занятий	СРС
	Контроль: -				
	ИТОГО	14	28	-	30
	Всего – 72 ч.				
	Заочная форма				
	Контроль: 4 ч.				
ИТОГО	4	8	-	56	
Всего - 72 ч.					

Формы самостоятельной работы студентов	подготовка к лекционным занятиям; подготовка к практическим занятиям; изучение и конспектирование литературных источников; подготовка электронных презентаций; изучение рекомендуемой литературы
Формы отчетности	ОФО – зачет, ЗФО - зачет
Программное обеспечение	не предусмотрено
Материально-техническое обеспечение	<p>Для обеспечения проведения всех видов педагогической, практической и научно-исследовательской работы обучающихся предусмотрен аудиторный фонд, компьютерные классы, центр технического обеспечения, мультимедийное оборудование (в том числе: проектор, экран для проектора, ноутбук, колонки), фонды и ресурсы Научной библиотеки ИДНК:</p> <p>1. Оборудованные кабинеты и аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кабинет № 113 «Экономических дисциплин»; - Ауд. № 209 Научно - исследовательская лаборатория экономика образования; - Ауд. № 209 Научно - исследовательская лаборатория экономического развития региона. <p>2. Компьютерные классы и аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ауд. № 111 – Компьютерный класс № 1; - Ауд. № 112 – Компьютерный класс № 2. <p>3. Специализированные Интернет ресурсы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Электронно – библиотечная система www.bibliorossica.com. 2. Электронно – библиотечная система elsky@lanbook.ru 3. Информационно-правовая система «Консультант +».