

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Самарский государственный архитектурно-строительный университет
Факультет Дизайна
Кафедра Дизайна (№ 7)

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ФТД.1 «Основы маркетинга в дизайне»
(индекс и наименование дисциплины (модуля) по учебному плану)

Код направления – 54.03.01

Наименование направления подготовки (специальности) – «Дизайн»

Наименование направленности (профиля) образования – «Дизайн среды»

Код учебного плана – 540301As04

Форма обучения очная

Курс	Семестр	Объем дисциплины час./ЗЕ	Ауд. работа час.	Самост. работа час.	Форма промежуточной аттестации
4	7	36/1	32	4	зачет

Планируемые результаты освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции
<i>1</i>	<i>2</i>
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.
ОК-4	Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.

Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ раздела	Наименование раздела (этапы формирования компетенций)	Содержание дисциплины
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1	Основные понятия маркетинга	Основные понятия. Термины. Объекты изучения. Спрос на рынке и задачи маркетинга. Маркетинг как система целей в дизайне
2	Управление маркетингом Продвижение в комплексе маркетинга сферы услуг.	Маркетинговые исследования и их влияние на коммерческий успех марки. Марочная политика и ценовая конкуренция. Стандартные средства коммуникаций в маркетинге. Разработка рекламной компании

3	Особенности работы дизайнера с клиентом	Виды потребителей. Работа с клиентом Покупательское поведение потребителя и стимулирование спроса услуги. Лояльность клиентов. Качество услуг и стандарты обслуживания
4	Новые технологии маркетинга	Новые технологии в дизайне. Интернет-торговля и интернет магазины. Маркетинг брендов в соцмедиа.