

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Карпов Евгений Борисович

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.07.2022 00:17:58

Уникальный программный ключ:

34e81b9ebf022d792ddf4ba544335e5b15ea819d7bc102f098d2f3e86a810b



МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОЛИЦЕЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ВПА

Автономная некоммерческая организация высшего образования

АНО ВО МПА ВПА

Маркетинг

Аннотация дисциплины (модуля)

Учебный план 38.03.05 Бизнес-информатика

Форма обучения **очно-заочная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	148	148	148	148
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	216	216	216	216

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины заключается в формировании у будущих специалистов твердых теоретических знаний в области маркетинга и применение их в конкретных сферах экономической деятельности
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Исследование систем управления
2.1.2	Управление качеством
2.1.3	Деловые коммуникации
2.1.4	Математика
2.1.5	Статистика
2.1.6	Основы делопроизводства
2.1.7	Правоведение
2.1.8	Социология
2.1.9	Теория организации
2.1.10	Информатика
2.1.11	История
2.1.12	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)
2.1.13	Безопасность жизнедеятельности
2.1.14	Культурология
2.1.15	Психология
2.1.16	Студент в среде e-learning
2.1.17	Философия
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Методы моделирования и прогнозирования в экономике
2.2.2	Эконометрика
2.2.3	Информационные технологии управления
2.2.4	Электронный документооборот
2.2.5	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
2.2.6	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.7	Производственная практика (преддипломная практика)
2.2.8	Технологические основы производства

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-2: Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;

ОПК-2.1: Определяет структуру и потенциал рынка

ОПК-2.2: Осуществляет исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий

ОПК-2.3: Выбирает рациональные решения для управления бизнесом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	функции маркетинга
3.1.2	основные элементы системы маркетинговых исследований
3.1.3	конкурентоспособность товара в системе маркетинга
3.1.4	маркетинговые структуры предприятия
3.2	Уметь:
3.2.1	увязывать задачи формирования рыночных результатов в основной сфере своей практической деятельности с задачами маркетинга

3.2.2	координировать разные аспекты конкретной экономической деятельности с маркетинговой деятельностью для достижения наилучших результатов
3.2.3	выбирать средства рекламы и способы ее распространения
3.3	Владеть:
3.3.1	содержанием программы маркетинга на предприятии
3.3.2	методами исследования товарного рынка и каналах товародвижения
3.3.3	главными направлениями формирования товарной политики на предприятии