

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Карпов Евгений Борисович
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.03.2022 16:51:40
Уникальный программный ключ:
34e81b9ebf022d792ddf4ba544335e5b75ea819d7b511d21098d2f3e86a810b1



МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОЛИЦЕЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ВПА
Автономная некоммерческая организация высшего образования
АНО ВО ИПМПА ВПА

Маркетинг

Аннотация дисциплины (модуля)

Учебный план 38.03.02 Менеджмент
Квалификация **Бакалавр**
Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		7 (4.1)		Итого	
	Неделя		Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4	8	8
Практические	12	12	8	8	20	20
Итого ауд.	16	16	12	12	28	28
Контактная работа	16	16	12	12	28	28
Сам. работа	88	88	87	87	175	175
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	108	108	108	108	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.В
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)

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

ПК-7: Способен к тактическому управлению процессами организации производства

ПК-7.2: Обеспечивает участие работников структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов

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