

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Беспалов Владимир Александрович  
Должность: Ректор МИЭТ  
Дата подписания: 16.07.2024 14:03:56  
Уникальный программный ключ:  
ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49dca1149464111c7354f380501

## Аннотация рабочей программы дисциплины

«Основы маркетинга»

Специальность – «38.05.01 «Экономическая безопасность»

Специализация – «Управление экономической безопасностью»

Уровень образования – специалитет

Форма обучения – очная

### 1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у будущих специалистов способности выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Задачи дисциплины:

- знать основы формирования спроса и особенности использования инструментов комплекса маркетинга для разработки мероприятий по увеличению объемов продаж;
- приобрести навыки анализировать спрос и разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга по увеличению объемов продаж;
- приобрести опыт в области анализа спроса и разработки мероприятий по увеличению объемов продаж.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Входные требования к дисциплине - знание основ теории и практики экономики.

Требования к выходным данным: знать основы формирования спроса и особенности использования инструментов комплекса маркетинга для разработки мероприятий по увеличению объемов продаж, уметь анализировать спрос и разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга по увеличению объемов продаж, приобрести опыт деятельности в области анализа спроса и разработки мероприятий по увеличению объемов продаж.

### 3. Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Основы маркетинга» состоит из трех модулей: «Введение в маркетинг: основные понятия, этапы развития»; «Исследование рынка»; «Комплекс маркетинга». Изучение дисциплины начинается с определения предмета науки, ее основных понятий и тенденций. Последовательность изучения материала определяется переходом от общего (сущность и методы маркетинговой деятельности на предприятии) к частному (инструментам и методикам организации маркетинговой деятельности на предприятии).

### Разработчик:

Доцент кафедры МиУП, к.э.н., доцент Игрунова О.М.