

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 03.01.2024 09:15:44

Уникальный идентификатор документа:

46f7031e7046958ff6b4e91f81e17726371d25a8

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинговые исследования и анализ рынка
Содержание	Понятие и содержание экономической безопасности. Законодательно-правовое обеспечение экономической безопасности. Экономическая безопасность государства. Финансовая безопасность государства. Социальная политика в стратегии экономической безопасности. Экономическая безопасность регионов. Экономическая безопасность предприятия. Экономическая безопасность личности. Криминализация экономики и ее влияние на безопасность личности, общества и государства. Международная экономическая безопасность
Реализуемые компетенции	ПК-29; ПК-34; ПК-43; ПК-47
Результаты освоения дисциплины (модуля)	ПК-29 Знать: состав инструментальных средств для ведения и обработки бухгалтерской документации; состав инструментальных средств для обработки финансовой и иной информации в целях формирования эффективной маркетинговой политики хозяйствующего субъекта; Уметь: анализировать состав, функции и возможности справочных информационно-поисковых систем; правильно выбирать инструментальные средства для обработки разного вида информации - финансовой, бухгалтерской и иной экономической информации, необходимой для проведения эффективного маркетингового анализа; Владеть: навыками формирования бухгалтерских документов при помощи инструментальных средств, обосновывать выбор и использование инструментальных средств обработки финансовой и иной информации в процессе проведения маркетингового анализа; ПК-34 Знать основные инструментальные средства выполнения экономических расчетов для составления маркетинговых планов, основные приёмы и методы, с помощью которых осуществляется комплексный анализ угроз экономической безопасности при планировании и осуществлении инновационных проектов; Уметь: применять инструментальные средства для выполнения экономических расчетов, обосновывать их и проводить комплексный анализ угроз экономической безопасности при планировании и осуществлении инновационных проектов; Владеть: навыками выполнения необходимых расчетов для составления маркетинговых планов, способностями проводить комплексный анализ угроз экономической безопасности при планировании и осуществлении инновационных проектов; ПК-43 Знать методологию формирования управленческих решений при разработке маркетинговых программ, критерии и порядок расчета социально-экономической эффективности, выявление рисков и угроз, знать возможности использования имеющихся ресурсов; Уметь: учитывать риски и возможности использования имеющихся ресурсов при разработке маркетинговой стратегии хозяйствующего субъекта; использовать критерии социально-экономической эффективности, рисков и возможностей использования имеющихся ресурсов при подготовке эффективных маркетинговых решений; Владеть: навыками управленческой деятельности и разработки управленческих решений в сфере маркетинга, маркетинговых исследований и анализа с учетом критериев социально-экономической эффективности и рациональности использования

	имеющихся ресурсов. ПК-47 Знать особенности применения методов проведения прикладных научных исследований в изучаемой области, порядок анализа и обработки их результатов; Уметь: применять методы проведения прикладных научных исследований в изучаемой сфере, выбирать инструментальные средства анализа, обобщения и обработки результатов, формулировать выводы; Владеть: навыками применения методов проведения прикладных научных исследований, инструментальных средств и методов анализа, обобщения и обработки результаты исследований в изучаемой сфере
Трудоемкость, з.е.	4
Форма отчетности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования Электронный ресурс : учебное пособие / А.В. Коротков. - Маркетинговые исследования, 2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. 2. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования Электронный ресурс : Учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 141 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. 3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - http://biblioclub.ru/.
Дополнительная литература	1. Красина, Ф. А. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ф.А. Красина ; Министерство образования и науки Российской Федерации ; Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - 2-е изд., доп. - Томск : Эль Контент, 2015. - 126 с. : схем., табл. - http://biblioclub.ru/. 2. Романов, Н. П. Маркетинговые исследования рынка, стимулирование сбыта / Н.П. Романов. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 115 с. - http://biblioclub.ru/. 3. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж Электронный ресурс : Практическое пособие / Ю. А. Захарова. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 133 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. 4. Шив, Ч. Д. Курс MBA по маркетингу Электронный ресурс / Ч. Д. Шив, А. У. Хайэм ; пер.: Б. Зуева, А. Исаенко. - Курс MBA по маркетингу, 2020-08-26. - Москва : Альпина Пабlishер, 2019. - 720 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS.