

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2 «Маркетинг и менеджмент»

по направлению подготовки: **15.03.02 «Технологические машины и оборудование»**
по профилю **«Технологическое оборудование химических и нефтехимических производств»**

Квалификация выпускника: **БАКАЛАВР**

Выпускающая кафедра: **МАХП**

Кафедра-разработчик рабочей программы: **«Менеджмента и предпринимательской деятельности»**

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент» являются:

- а) усвоение студентами знаний по основополагающим положениям управленческой деятельности;
- б) научить студентов, осуществлять управление предприятиями в направлении ориентирования на интересы потребителя.

2. Содержание дисциплины «Маркетинг и менеджмент»:

- 1. Понятие менеджмента, его сущность, задачи и основные функции.
- 2. Содержание понятия «среда организации».
- 3. Внутренняя среда и ее переменные: менеджеры, работники, культура.
- 4. Организационная культура, ее элементы и типы.
- 5. Внешняя среда прямого и косвенного воздействия.
- 6. Понятие управленческого решения и его место в процессе управления.
- 7. Факторы, влияющие на процесс принятия решений. Групповое принятие решений.
- 8. Понятие стратегического управления, его необходимость и особенности.
- 9. Сущность и значение стратегического планирования.
- 10. Стратегия, ее элементы и уровни. Формулирование стратегии: основные этапы и инструменты.
- 11. Маркетинговые исследования рынка.
- 12. Сегментирование рынка.
- 13. Позиционирование товара на рынке.
- 14. Понятие товара с точки зрения маркетинга.
- 15. Жизненный цикл товара.
- 16. Методология определения уровня цен. Виды цен и их использование в ценовой политике. Ценовые стратегии.
- 17. Управление маркетингом. Планирование маркетинга. Контроль маркетинговой деятельности.
- 18. Каналы распределения. Структура каналов распределения. Посредники и их функции при распределении.
- 19. Понятие о рекламе. Функции рекламы. Виды рекламы.
- 20. Брендинг и его роль в формировании имиджа фирмы и ее товаров.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) современную технологию и методологию управления предприятием и осознавать место в общей системе организационно-экономических знаний;
- б) основные виды менеджмента и маркетинга - их признаки и типы;
- в) жизненный цикл управленческой деятельности в организации;
- г) современное программное обеспечение в области управления.

2) Уметь:

- а) применять организационный инструментарий управления на предприятии, приобретенные знания и навыки на практике;
- б) использовать современные методы управления;
- в) исследовать различные стороны развития управленческой деятельности;
- г) анализировать проблемы сфер различных направлений, разрабатывать альтернативные варианты их решения.

3) Владеть:

- а) работать с компьютером как средством управления информацией;

- б) ставить цель и организовывать ее достижение, уметь пояснять свою цель;
- в) ставить познавательные задачи и выдвигать гипотезы;
- г) описывать результаты, формулировать выводы;
- д) находить нестандартные способы решения задач;
- е) обобщать, интерпретировать полученные результаты по заданным или определенным критериям;
- ж) отыскивать причины явлений, обозначать свое понимание или непонимание по отношению к изучаемой проблеме и др.

Зав.каф. МАХП



Поникаров С.И.