

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2 «Маркетинг и менеджмент»

по направлению подготовки: 15.03.02 «Технологические машины и оборудование»

по профилю: «Вакуумная и компрессорная техника физических установок»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: КМУ

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. кафедрой КМУ



И.Р. Сагбиев