

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.Б.5 Маркетинг и менеджмент

по направлению подготовки: 29.03.04 «Технология художественной обработки материалов»

по профилю: «Технология художественной обработки материалов»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: «Архитектура и дизайн изделий из древесины»

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

### **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент» являются:

- а) добиться понимания сущности, целей, основных принципов и функций маркетинга; ознакомить студентов с эволюцией развития маркетинга и маркетинговых концепций управления предприятием;
- б) развить самостоятельность мышления и творческий подход при анализе и оценке конкретных ситуаций в различных видах деятельности;
- в) добиться понимания сущности основных инструментов маркетинга и возможностей манипулирования ими с целью работы с рынком;
- г) научить студентов идентифицировать факторы маркетинговой среды предприятия и проводить анализ маркетинговой среды.

### **2. Содержание дисциплины «Маркетинг и менеджмент»:**

Понятийный аппарат менеджмента.

Эволюция менеджмента. Концепции менеджмента.

Организация как система управления.

Сущность, содержание и инструментарий маркетинга.

Маркетинг – особый вид социально-экономической деятельности. Сегментирование рынка.

Процесс управления маркетингом. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга. Организация службы маркетинга на предприятии. Контроль в системе маркетинга.

Товарная политика предприятия.

Ценовая политика предприятия.

Политика распределения на предприятии

Коммуникационная политика предприятия.

### **3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

1) Знать:

- а) концепции маркетинга, содержание маркетинга с учетом вида экономической деятельности;
- б) технологии перспективного и текущего планирования маркетинга.

2) Уметь:

- а) внедрять систему основных принципов маркетинга в предпринимательскую деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды;
- б) анализировать конкурентную среду с учетом изменения факторов макро- и микросреды.

3) Владеть:

- а) методикой обоснования концепции управления маркетинговой деятельностью организации;
- б) маркетинговыми инструментами для освоения новых сегментов рынка, успешного

формирования портфеля заказов и удовлетворения спроса населения.

Зав.каф. АрД, проф.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by a smaller 'P' and a horizontal stroke.

Р.Р.Сафин