АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2 Маркетинг и менеджмент

по направлению подготовки: 14.03.01 «Ядерная энергетика и теплофизика»
по профилю «Техника и физика низких температур»
Квалификация выпускника: БАКАЛАВР
Выпускающая кафедра: ХТТ

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 формирования имиджа фирмы и ее товаров.

3. В результате освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент» 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. ХТТ  Хисамеев И.Г.