

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2 Маркетинг и менеджмент

по направлению подготовки: **16.03.03** - Холодильная, криогенная техника и системы жизнеобеспечения

по профилю «Холодильная техника и технологии»

Квалификация выпускника: **БАКАЛАВР**

Выпускающая кафедра: «Холодильной техники и технологий»

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

1. Цели освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент»

- 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»

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

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

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.

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.

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 ХТТ, профессор



И.Г. Хисамеев