

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 31.12.2020 13:36:24

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ff13d064cf2781953be730df2374d16ff3c0ca5366f0fc6

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Менеджмент и маркетинг»

Цель преподавания дисциплины

Для определения необходимости управления предприятием рассматриваются его характеристики во взаимосвязи и показывается роль маркетинга в достижении целей предприятия с учетом специфики отрасли; для развития кругозора студента и понимания влияния среды на достижение целей предприятия рассматривается содержание среды, методика проведения маркетинговых исследований и изучается процесс управления маркетингом; для понимания студентом специфики работы менеджера рассматриваются основные функции предприятия: стратегическое планирование, организацию как процесс, мотивацию персонала и контроль деятельности, показывается роль каждой функции в достижении целей предприятия с учетом специфики отрасли; для формирования навыков работы менеджера изучаются также вопросы общего руководства, необходимости обладания качествами лидера, умения управлять собой, группами (формальными и неформальными), умения разрешать конфликты в организации; для выработки навыков принятия решений, изучается теория принятия решений и роль коммуникаций в эффективном менеджменте; для изучения специфики малого бизнеса даются особенности управления им.

Задачи изучения дисциплины

Развить у студентов умение провести анализ конъюнктуры рынка; на основе анализа макро- и микросреды выбрать стратегию предприятия и стратегию маркетинга; вырабатывать в себе качества, необходимые менеджеру и маркетологу; оценить особенности коллектива и выбрать соответствующий стиль управления.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-5 способностью организовывать работу коллективов исполнителей, принимать исполнительские решения в условиях спектра мнений, определять порядок выполнения работ, организовывать в подразделении работы по совершенствованию, модернизации, унификации выпускаемых изделий, и их элементов, по разработке проектов стандартов и сертификатов, обеспечивать адаптацию современных версий систем управления качеством к конкретным условиям производства на основе международных стандартов;

ОПК-6 способностью к работе в многонациональных коллективах, в том числе при работе над междисциплинарными и инновационными проектами, создавать в коллективах отношений делового сотрудничества;

ОПК-8 способностью проводить маркетинговые исследования и подготавливать бизнес-планы выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения;

ОПК-9 способностью обеспечивать управление программами освоения новой продукции и технологий, проводить оценку производственных и непроизводственных затрат на обеспечение требуемого качества продукции, анализировать результаты деятельности производственных подразделений;

ПК-2 способностью разрабатывать нормы выработки и технологические нормативы на расход материалов, заготовок, топлива и электроэнергии в машиностроении;

ПК-3 способностью оценивать технико-экономическую эффективность проектирования, исследования, изготовления машин, приводов, оборудования, систем, технологических процессов, принимать участие в создании системы менеджмента качества на предприятии;

ПК-5 способностью разрабатывать планы и программы организации инновационной деятельности на предприятии, оценивать инновационные и технологические риски при внедрении новых технологий, организовывать повышение квалификации и тренинг сотрудников подразделений в области инновационной деятельности и координировать работу персонала при комплексном решении инновационных проблем в машиностроении;

ПК-7 способностью организовать развитие творческой инициативы, рационализации, изобретательства, внедрение достижений отечественной и зарубежной науки, техники, использование передового опыта, обеспечивающих эффективную работу подразделения, предприятия;

ПК-8 способностью организовать и проводить научные исследования, связанные с разработкой проектов и программ, проводить работы по стандартизации технических средств, систем, процессов, оборудования и материалов.

Разделы дисциплины

Менеджмент как вид деятельности. Организации и менеджмент. Функции менеджмента. Управление людьми. Становление и развитие маркетинга. Основные понятия маркетинга. Маркетинг, и его роль в экономическом развитии страны. Рынок и его особенности. Маркетинговые исследования. Комплексные исследования товарных рынков. Товарная политика предприятия. Маркетинговая деятельность на предприятии. Маркетинговое ценообразование. Сбытовая политика в системе маркетинга. Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия. Организационная деятельность маркетинговой службы предприятия. Реклама в системе маркетинга. Сетевой маркетинг. Международный маркетинг.