

# АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

## Маркетинг и менеджмент строительных организаций

(название дисциплины)

### 08.06.01 Техника и технологии строительства

технология и организация строительного производства.

(код направления (направленности) подготовки)

1 семестр

(семестр)

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются ознакомление с современными методами управления строительными организациями, получение сведений по новым методам маркетинговой работы.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент строительных организаций» относится к базовой части профессионального цикла и является обязательной к изучению.

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент строительных организаций» базируется на знаниях, умениях и навыках, приобретённых аспирантами в ходе изучения дисциплин «Организация и технология строительства зданий и сооружений», «Строительные материалы».

#### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины аспирант должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: УК-2, ОПК-8, ПК-1, перспективные технологии строительства, новые методы маркетинга строительных организаций, применяемые передовые приемы организации строительства.

Уметь: УК\_3, УК-6 ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-2, пользоваться нестандартными методами исследования организационно-технологических проблем строительства, управления коллективами.

Владеть: УК-4 УЕ-1, УК-5, ОПК-1, Опк-2, ОГЖ-7, ПК-3, методами оптимизации решений в области организации и технологии строительства, маркетинговыми приемами.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Модуль 1:** Маркетинг продаж строительных объектов, оптимизации маркетинговых структур, методики выбора номенклатуры и объемов возведения строительных объектов, новые методики ценообразования.

**Модуль 2:** современные приёмы управления при монолитном и специальном строительстве, совершенствование управления инвестиционными потоками.

**Модуль 3** взаимоотношения в коллективе с большим количеством мелких объектов, Работа с коллективом в условиях нестабильного финансирования и неплатежей.

#### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - зачет

экзамен, зачет

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 1

Составитель: \_проф.  Б. Г. Ким  
должность, ФИО, подпись

Заведующий кафедрой строительного производства <sup>^ ^ ^</sup> Б. Г. Ким  
ФИО, подписи

Председатель \_\_\_\_\_ »у  
учебно-методической комиссии направления О v ? С. Н. Авдеев  
/ у \_\_\_\_\_ ФИО, подпись

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**08 06 01 Техника и технологии строительства  
Технология и организация и строительства  
Подготовка кадров высшей квалификации  
2 год обучения**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины (модуля) являются ознакомление с современными методами маркетинга и менеджмента организаций. Ознакомление аспирантов с теорией и практикой управления коллективами, предприятиями маркетинговой деятельности, освоение методик сегментации рынка, ценообразования, управление конфликтами, возможность дальнейшего использования при формировании финансовых и материальных потоков.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент строительных организаций» относится к блоку Б1 и является дисциплиной по выбору.

Освоение дисциплины базируется на ранее пройденных дисциплинах (Управление качеством, современные проблемы экономики, управление качеством).

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения программы аспирантуры у выпускника должны быть сформированы:

– **универсальные компетенции**, не зависящие от конкретного направления подготовки:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);

- способность проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки (УК-2);

- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3)

– **общефессиональные компетенции**, определяемые направлением подготовки:

- владение методологией теоретических и экспериментальных исследований в области строительства (ОПК-1);

- владение культурой научного исследования в области строительства, в том числе с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий (ОПК-2);

- способность соблюдать нормы научной этики и авторских прав (ОПК-3);

способностью к профессиональной эксплуатации современного исследовательского оборудования и приборов (ОПК-4);

- способность к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области строительства (ОПК-6);

- готовность организовать работу исследовательского коллектива в области строительства (ОПК-7).

### **4. КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Концепции маркетинга

Сегментация рынка

Жизненный цикл продукта

ценообразование

Окружающая среда маркетинга

Власть и пиленство

**5. ВИД АТТЕСТАЦИИ -**                      **зачет**  
 экзамен, зачет

**6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 3**

Составитель:

Ким Б.Г.

должность ФИО, подпись

Заведующий кафедрой «Строительное производство»

Ким Б.Г.

название кафедры

ФИО, подпись

Председатель

учебно-методической комиссии направления

Авдеев С.Н.

ФИО, подпись

Директор института  
азова

С.Н. Авдеев

Дата:

Печать института

№ 5/7 архите...

Сертификат

№...

