

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА

(название дисциплины)

08.03.01 - Строительство

(код направления (специальности) подготовки)

7

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины (модуля) Основы маркетинга и менеджмента является ознакомление студентов 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.

Задачи дисциплины:

- существующие концепции маркетинга;
- методику сегментации рынка;
- силы и субъекты окружающей среды маркетинга;
- правила составления рекламных желаний и проведение рекламных компаний;
- типы маркетинговых информационных систем;
- методика ценообразования;
- формирование каналов товародвижения;
- типологию товаров;
- разновидности планов;
- управление конфликтами в организациях;
- управление материальными финансовыми потоками;
- организационные структуры маркетинговых служб и предприятий;
- мотивацию сотрудников

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Основы маркетинга и менеджмента» относится к вариативной части Б1 – бакалавриат по выбору студента.

Изучение дисциплины базируется на знаниях полученных при изучении смежных дисциплин «Экономика», «Математика».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

научно-техническую информацию, отечественного и зарубежного опыта по профилю деятельности (ПК-13);

основы ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способность разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства (ПК-21);

Уметь:

проводить анализ технической и экономической эффективности работы производственного подразделения и разрабатывать меры по ее повышению (ПК-7);

разрабатывать мероприятия по повышению инвестиционной привлекательности объектов строительства и жилищно-коммунального хозяйства (ПК-22).

Владеть:

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью проводить предварительное технико-экономическое обоснование проектных решений, разрабатывать проектную и рабочую техническую документацию, оформлять законченные проектно-конструкторские работы, контролировать соответствие разрабатываемых проектов и технической документации заданию, стандартам, техническим условиям и другим нормативным документам (ПК-3);

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

1. Введение в маркетинг. Термины и понятия. Концепции маркетинга
2. Сегментация рынка. Маркетинговые информационные системы. Реклама. Каналы товародвижения. Окружающая среда маркетинга.. типология товаров. Планирование. Ценообразование
3. Стратегические хозяйственные подразделения. Оргструктуры маркетинговых служб. Введение в менеджмент. Менеджмент и его понятие.
4. Динамика групп. Власть и лидерство. Конфликт. Управление конфликтом в организации. Управление персоналом предприятия. Типы организаций
5. Управление финансами предприятия. Оценка финансового состояния предприятия

- 6. Международный менеджмент Стратегический менеджмент
- 7. Стиль и имидж менеджера

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - Зачет с оценкой

экзамен, зачет, зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3 з.е.

Составитель: _____ Ким Б.Г.

должность, ФИО, подпись

Заведующий кафедрой СП _____ Б.Г. Ким

название кафедры _____ ФИО, подпись

Председатель

учебно-методической комиссии направления 08.03.01- Строительство

_____ С.Н. Авдеев

ФИО, подпись

Дата: _____

