АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг»
Направление подготовки 12.04.01 «Приборостроение»
Образовательная программа «Неразрушающий контроль, техническая диагностика оборудования и компьютерная поддержка оператора АЭС»

Цель изучения дисциплины:

- формирование у студентов понимания роли и места менеджмента и маркетинга в рыночной экономике, а также приобретения или навыков решения различных задач маркетингового управления.
- овладение базовыми знаниями разделов данной дисциплины: основные теоретические концепции менеджмента и маркетинга, организация как объект управления, оценка маркетинговой среды предприятия, анализ потребителей, управленческие решения по товарной политики, управленческие решения по ценообразованию, управленческие решения по формированию системы распределения, управление коммуникациями.
- формирование у студентов системных представлений о управленческой деятельности.
- освоение методов анализа внутренней и внешней маркетинговой среды, лежащих в основе принятия эффективных управленческих решений в условиях постоянно изменяющихся условиях.
- развитие культуры мышления (способность к обобщению, анализу, восприятию информации).

Задачи изучения дисциплины:

- понять роли и места менеджмента и маркетинга в рыночной экономике, а также приобрести навыки решения различных задач маркетингового управления;
- сформировать системные представления о управленческой деятельности.
- освоить методы анализа внутренней и внешней маркетинговой среды, лежащих в основе принятия эффективных управленческих решений в условиях постоянно изменяющихся условиях.

Место дисциплины в структуре ООП:

«Менеджмент и маркетинг» является дисциплиной по выбору. Дисциплина базируется на результатах изучения дисциплин: экономической теории, истории экономических учений. Для успешного усвоения дисциплины студент должен знать базовые понятия экономической теории, уметь применять полученные знания при теоретическом анализе процессов, происходящих в рыночной экономике.

Данная дисциплина предназначена для формирования у будущих специалистов управленческого мышления на основе знаний теории и практики маркетинга, так же методов эффективного управления организацией.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины:

1 зачетная единица, 36 академических часов.

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:

Знать: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте;

Уметь: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контексте;
Владеть: простейшими методами адекватного восприятия межкультурного многообразия общества с социально-историческом, этическом и философском контекстах; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием; этических норм поведения.

Формы итогового контроля:

Зачет.