

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор Зубкова С.А., ст.преподаватель

Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.12.02 Основы менеджмента и маркетинга

Цель освоения дисциплины:

- формирование у студентов глубоких теоретических знаний;
- усвоение закономерностей и последствий функционирования всех субъектов в рыночной экономике;
- усвоение принципов и методов рационального хозяйствования предприятий в условиях рынка, прогнозирование и моделирование экономических процессов.

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1 этап: основы коммуникации в устной и письменной формах; 2 этап: основы межличностного и межкультурного взаимодействия	1 этап: осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах; 2 этап: осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1 этап: основами публичной речи; 2 этап: навыками публичной речи для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ПК-2 готовностью к участию в проведении исследований рабочих и технологических процессов машин	1 этап: систему информационного обеспечения и коммуникаций в управлении; 2 этап: критерии и показатели эффективности управления.	1 этап: осуществлять поиск информации по полученному заданию; 2 этап: организовать выполнение конкретного порученного этапа работы.	1 этап: специальной терминологией; 2 этап: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных.

2. Содержание дисциплины:

Раздел 1 Основы менеджмента

Тема 1 Сущность и содержание менеджмента

Тема 2 Психолого-социальный механизм управления

Тема 3 Управление персоналом

Тема 4 Руководитель в системе управления

Тема 5 Совершенствование системы управления

Раздел 2 Основы маркетинга

Тема 6 Понятие, содержание и функции маркетинга

Тема 7 Разработка комплекса маркетинга

Тема 8 Изучение рынка в теории маркетинга

Тема 9 Маркетинговые мероприятия в деятельности фирмы.

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 2 ЗЕ.