

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.Б.23 Основы менеджмента и маркетинга

по направлению подготовки: 29.03.01 «Технология изделий легкой промышленности»
по профилю «Технология швейных изделий»

Квалификация (степень) выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ТМО

Кафедра-разработчик рабочей программы: ИТЭМ

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» являются:

- а) формирование у студентов представления о роли маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, об особенностях основного инструментария маркетинга, о значении маркетинговой информации для принятия управленческих решений;
- б) изучение комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- в) получение навыков в разработке стратегии и тактики целевого маркетинга и менеджмента;
- г) изучение элементов комплекса маркетинга и менеджмента;
- д) формирование и развитие практических управленческих навыков и умений в области функционирования и развития социальных организаций и обеспечения организационных процессов.

2. Содержание дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

Маркетинг. Сущность, цели, основные принципы и функции.

Комплекс маркетинга.

Маркетинговые исследования.

Рынок и его сегментация.

Потребности и потребители.

Товар и товарная политика в маркетинге.

Качество и конкурентоспособность.

Каналы распределения и продвижение продукции.

Сервис в системе товарной политики и сбытовой деятельности.

Маркетинговые стратегии.

Школа научного управления.

Административная школа менеджмента.

Возникновение и развитие школы человеческих отношений.

Функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль).

Связующие процессы в менеджменте (коммуникации и принятие управленческих решений).

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) современные подходы к пониманию маркетинга; основные этапы эволюции маркетинговой концепции, особенности маркетинга как философии бизнеса, типа мышления менеджера, аналитического инструмента для понимания рынка, его завоевания и удержания;
- б) особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия;
- в) систему коммуникаций организации с целевыми потребителями и другими субъектами рынка;
- г) особенности организации маркетинга на предприятии, типы организационных структур, эффективность функционирования, маркетинговый аудит, его принципы, методы, виды.
- д) принципы развития и закономерности функционирования организации;

- е) основные бизнес-процессы в организации;
 - ж) способы сбора и обработки данных;
 - з) методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических задач.
- 2) Уметь:
- а) оперировать основными маркетинговыми понятиями: потребность, спрос, рынок, обмен, элементы комплекса маркетинга, микро и макро внешняя среда, сегментация рынка, позиционирование продукта и самой организации на рынке;
 - б) строить модель базового рынка организации;
 - в) проводить сегментацию на макро и микро - уровнях;
 - г) позиционировать товар/организацию и выбирать направление дифференциации;
 - д) проводить пилотажные исследования;
 - е) увязывать основные теоретические положения маркетинга с конкретными вопросами маркетинговой деятельности;
 - ж) анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации;
 - з) собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных отечественных и зарубежных источниках;
 - и) анализировать и интерпретировать данные о социально-экономических явлениях и процессах.
- 3) Владеть:
- а) методами разработки и реализации маркетинговых программ;
 - б) навыками маркетинговых коммуникаций и разработки стратегий маркетинга;
 - в) методами реализации основных маркетинговых функций;
 - г) навыками деловых коммуникаций;
 - д) методами реализации основных управленческих функций;
 - е) навыками выявления тенденций в развитии менеджмента;
 - ж) навыками интерпретации полученных в процессе анализа результатов и формулирования выводов и рекомендаций.

Зав.каф. ТМО *И.А. Мутугуллина* Мутугуллина И.А.