

### Аннотация рабочей программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к базовой (общепрофессиональной) части профессионального цикла Б-3 дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 051000 «Профессиональное обучение» и профилю подготовки Профессиональное обучение в электротехнике и электроэнергетике. Дисциплина реализуется на Инженерно-экономическом факультете Самарского государственного технического университета кафедрой Экономика промышленности.

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для реализации организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности.

- ОК-8 – способностью и готовностью к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции, способен принимать нестандартные решения, решать проблемные ситуации
- ОК-20 – способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности
- ОК -23 – способностью самостоятельно работать на компьютере (элементарные навыки)
- ОК 27 - готовностью анализировать информацию для решения проблем, возникающих в профессионально-педагогической деятельности
- ПК-14 – способностью и готовностью определять пути стратегического развития образовательных учреждений НПО, СПО и ДПО в регионе
- ПК-23 – способностью и готовностью управлять методической, учебной, научно-исследовательской работой с применением современных технологий
- ПК 26 - способностью и готовностью управлять процессом производительного труда обучающихся
- ПК-32 – способностью и готовностью разрабатывать и применять новые методики повышения производительности труда и качества продукции, экономии ресурсов и безопасности

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление студентов с сущностью экономических отношений в рыночных условиях;
- раскрытие теоретических основ маркетинга во всех его проявлениях;
- демонстрация роли и возможности целенаправленного использования инструментов маркетинга с целью повышения эффективности деятельности производственных систем;
- освоение прикладных знаний и навыков в области развития форм и методов маркетингового экономического управления субъектами рыночной деятельности;
- получение навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности экономиста и менеджера на предприятии.

Курс «Маркетинг» призван формировать целостную картину общественных отношений, способствовать становлению высоких морально-нравственных качеств личности, развивать креативные способности студентов.

Развивающие задачи дисциплины:

- совершенствование навыков поисковой и аналитической работы;
- развитие познавательной и творческой активности.

Воспитательные задачи дисциплины:

- формирование морально-нравственных и социально-этических ориентиров;
- формирование активной жизненной позиции, патриотизма.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций ОК-8, ОК-20, ОК-23, ОК-27, профессиональных компетенций ПК-14, ПК-23, ПК-26, ПК-32 выпускника.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- содержание маркетинговой концепции управления;
- методы маркетинговых исследований;

- основы маркетинговых коммуникаций.

Уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга.

Владеть:

- методами разработки и реализации маркетинговых программ.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки письменных домашних заданий; рубежный контроль – в форме экзамена и промежуточный контроль – в форме контрольных заданий и ситуационных задач.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены 18 лекционных часов, 18 практических часов и 36 часов самостоятельной работы студента.