**АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Менеджмент и маркетинг»**

**подготовки бакалавра по направлению** 151000 – Технологические машины и оборудование

**Цель дисциплины** заключается в формировании у студентов представлений о менеджменте и маркетинге как о современных инструментах управления предприятием, достижения его коммерческих успехов на основе эффективного использования его потенциала с ориентацией на удовлетворение запросов потребителей в условиях конкурентной среды.

**Требования к уровню освоения содержания курса:**

По результатам освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способность на научной основе организовывать свой труд, оценивать с большой степенью самостоятельности результаты своей деятельности, владеть навыками самостоятельной работы (ОК- 6);

- способность к приобретению с большей степенью самостоятельности новых знаний с использованием современных образовательных и информационных технологий (ОК – 7);

 - понимание сущности и значение информации о развитии современного общества, способность получать и обрабатывать информацию из различных источников, готовность интерпретировать, структурировать и оформлять информацию в доступном для других виде (ОК - 15).

В результате освоения дисциплины «Менеджмент и Маркетинг» обучающийся должен:

**знать:**

- определение и внутреннее содержание основных дефиниций, раскрывающих содержание терминов «менеджмент» и «маркетинг», определений связанных с ними, роль и место элементов менедж­мента и маркетинга в производственной системе, теоретические основы управленческой деятельности, эффективные формы участия персонала в управ­ление, нормативно-экономическую документацию, основные принципы этики деловых отношений, технику личного труда руководителя, основы маркетинговой политики предприятия, иметь представление о процессе управления маркетингом;

**владеть**

- основами управления трудовым коллективом, основными принципами построения организационных структур, методами принятия управленческих решений и уметь обосновывать их выбор по кри­терию социально-экономической эффективности, владеть инструментами продвижения, формирования товарного ассортимента, основами маркетингового контроля за результативностью бизнеса;

**уметь:**

- использовать управленческие технологии, осуществлять социально-психологическое регулирование в трудовых коллективах, формировать различные организационные структуры управ­ления, использовать маркетинговые методики анализа деятельности предприятия во внешней среде, разрабатывать маркетинговую стратегию компании.

**Место дисциплины в учебном плане:**

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к дисциплинам по выбору цикла гуманитарных и социально-экономических дисциплин, входящих в перечень подготовки студентов Ивановского государственного химико-технологического университета, обучающихся по направлению 151000 – Технологические машины и оборудование.

**Содержание дисциплины:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | Сущность и содержание понятия «менеджмент». |
| 2. | Управленческий труд и менеджеры |
| 3. | Организация как объект управления. |
| 4. | Методы менеджмента |
| 5. | Сущность маркетинга и его роль в деятельности предприятия. |
| 6. | Рынок, как окружающая среда предприятия. |
| 7. | Маркетинговая среда фирмы. |
| 8. | Маркетинговые исследования. |
| 9. | Сегментирование рынка и позиционирование товара. |
| 10. | Товар и товарная политика в системе маркетинга. |
| 11. | Ценовая политика фирмы. |
| 12. | Реализация товара. |
| 13. | Стимулирование сбыта продукции. |
| 14. | Процесс управления маркетингом. |
| 15. | Международный маркетинг |
| 16. | Маркетинговый контроль за результативностью бизнеса. |