

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Менеджмент и маркетинг»**

**Целью** освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» является формирование комплекса знаний о роли и месте менеджмента и маркетинга в современной экономической системе, предпринимательской деятельности, планировании и управлении бизнесом; научить студентов увязывать анализ и принятие решений по управлению предприятием со всеми параметрами и факторами рынка.

### **Задачи дисциплины:**

- получение знаний об оптимальных способах принятия управленческих решений, и исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы маркетинговых исследований и стимулирования сбыта в области менеджмента и маркетинга.

- формирование умений применять базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности, ориентированную на выявление и лучшее удовлетворение запросов потребителей; проектировать схемы управления предприятиями; проводить маркетинговые исследования рынка;

- выработка навыков разработки направлений и применения наиболее рациональных методов и принципов менеджмента и маркетинга, способствующих повышению эффективности деятельности предприятия.

### **Перечень планируемых результатов по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

#### **В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:**

УК-2 - способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ОПК-6 - способность использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности.

### **3 Содержание дисциплины**

Сущность и развитие менеджмента и маркетинга. Понятие менеджмента и маркетинга. Цели и задачи менеджмента и маркетинга. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга. Основы управления предприятием. Сущность менеджмента: вид деятельности и система управления. Принципы и методологические основы менеджмента. Виды менеджмента и их взаимосвязь. Менеджмент человеческих ресурсов. Организация труда руководителя. Организация труда менеджера и его задачи на каждом уровне управления. Деловая культура руководителя, ее составляющие. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента, управление человеческими ресурсами. Информационная база менеджмента. Информационное обеспечение менеджмента: задачи и виды информации в системе управления производством. Использование современных информационных технологий в менеджменте. Информация как результат управленческой деятельности. Маркетинг и его роль в системе управления предприятием. Процесс, функции, виды и типы маркетинга. Принципы, задачи и функции маркетинга. Содержание маркетинговой деятельности предприятия. Роль маркетинга в управлении предприятием. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара. Имидж, потребительские свойства, ассортимент, качество товара. Оценка конкурентоспособности товара. Жизненный цикл товара. Распределение товара и стимулирование сбыта. Товародвижение и сбыт. Средства стимулирования сбыта. Влияние этапов жизненного цикла товара на эффективность стимулирования сбыта. Организация деятельности маркетинговой службы. Система планирования маркетинга. Система организации службы маркетинга и маркетинговый контроль. Организационные структуры маркетинга.

### **4 Трудоемкость дисциплины и форма промежуточной аттестации**

Объем дисциплины 108 часов, 3 зачетных единицы. Дисциплина изучается на 4 курсе, в 7 семестре. По итогам изучаемого курса студенты сдают зачет.