

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Основы менеджмента и маркетинга»

**по направлению 440304 Профессиональное обучение
профиль «Транспорт»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

Форма контроля: зачет.

Предполагаемый курс: 4

Целью освоения учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является формирование знаний, необходимых для освоения студентами общих принципов, фиксирующих основные закономерности процесса управления в условиях рыночной экономики, техник и технологий применения менеджмента и маркетинга для приобретения новых возможностей в осуществлении стратегических и тактических действий.

Задачами курса являются: способствовать развитию у студентов навыков применения логико-аналитических операций и процедур для решения стратегических и тактических маркетинговых задач при моделировании собственных управленческих действий; ознакомить с современными инструментами менеджмента и маркетинга, используемыми в зарубежной и отечественной практике.

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к вариативному циклу и входит в число дисциплин по выбору. Знания, полученные по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга», могут непосредственно использоваться при выполнении выпускной квалификационной работы.

Краткое содержание дисциплины:

Методологические основы менеджмента; Инфраструктура менеджмента автомобильного транспорта; Социофакторы и этика менеджмента; Интеграционные процессы в менеджменте; Моделирование ситуаций и разработка решений; Природа и состав функций менеджмента; Стратегические и тактические планы в системе менеджмента автомобильного транспорта; Организационные отношения в системе менеджмента; Факторы эффективности менеджмента.

Маркетинг как функция управления; Товар (услуга) в маркетинговой деятельности; Комплексное исследование товарного рынка; Формирование товарной политики; Деловой рынок и поведение покупателей; Формирование рыночной стратегии; Стратегия ценообразования; Маркетинговая информационная система; Система формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС); Управление маркетинговым процессом в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

ПК-26 - готовность к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях

Знает: инструментарий анализа экономической деятельности предприятия

Умеет: пользоваться методами экономического анализа в деятельности предприятия

Владеет: навыками организации экономической деятельности предприятия

ПК-32 - способность выполнять работы соответствующего квалификационного уровня
Знает: основы менеджмента и маркетинга в автотранспортной сфере
Умеет: объяснять особенности использования менеджмента и маркетинга в

деятельности предприятия

Владеет: навыками обоснования применения инструментария менеджмента и маркетинга в деятельности предприятия