

<b>АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ</b>		
Шифр, наименование дисциплины (модуля)	Б1.Б.3	Маркетинг и менеджмент
Направление подготовки	29.03.04 Технология художественной обработки материалов	
Наименование ОПОП (профиль)	Технология художественной обработки материалов	
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр	
Формы обучения	Очная Заочная	
Трудоемкость дисциплины (модуля)	2 з.е.	
Цель освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины является комплексное изучение современной теории и практики менеджмента, системы и методов современного управления организацией и формирование у студентов системы взглядов по управлению маркетингом на предприятии как философии и инструментария предпринимательства с ориентацией на действующую рыночную ситуацию.	
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен овладеть следующими компетенциями: готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе; знанием принципов и методов организации и управления малыми коллективами; способностью находить организационно- управленческие решения в не стандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-5); способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-9)	
Содержание дисциплины	<p><b>Тема 1. Анализ среды и планирование деятельности.</b> Объектно-субъектная структура менеджмента. Процесс принятия и реализации решений. Анализ внутренней и внешней среды. Стратегическое управление. Бизнес-планирование</p> <p><b>Тема 2. Организация, стимулирование и контроль деятельности.</b> Организация и организационная структура. Делегирование полномочий. Мотивация и стимулирование. Коммуникационная среда менеджмента. Управленческая функция и процесс контроля</p> <p><b>Тема 3. Современная концепция маркетинга и маркетинговые исследования.</b> Сущность и содержание маркетинга. Цели, объекты и процедура маркетинговых исследований. Изучение конъюнктуры рынка. Сегментация рынка. Изучение потребителей.</p> <p><b>Тема 4. Товарная, ценовая и сбытовая политика. Методы продвижения товаров и услуг.</b> Понятие и классификация товаров. Жизненный цикл товаров. Формирование товарной политики. Потребительские свойства товара: качество и конкурентоспособность. Каналы распределения товаров. Система цен и их классификация. Факторы, влияющие на цены. Методы ценообразования. Система маркетинговых коммуникаций.</p>	
Перечень основной литературы	<p>Мескон, Майкл Х. Основы менеджмента [Текст]: учебное пособие / Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури ; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. - 3-е изд. - М. [и др.] : Вильямс, 2012. - 665 с.</p> <p>Б.А. Соловьев Маркетинг: учебник для вузов. –М.: Инфра-М, 2012г., - 336с.</p> <p>Ф. Котлер, К. Л. Келлер Маркетинг менеджмент: классический зарубежный учебник- 12-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2012. - 814 с.</p>	

