

Аннотация
К рабочей программе дисциплины «Менеджмент и маркетинг в строительстве
по направлению 038.03.01 «Экономика»
профиль «Экономика предприятий и организаций»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Форма контроля: зачет, контрольная работа.

Предполагаемые семестры: 6

Цель дисциплины: целью данной дисциплины является формирование у студентов целостной системы знаний по основам менеджмента и маркетинга, а также методологии изучения управленческих процессов в строительной отрасли, выработка у студентов навыков мышления и анализа основного содержания управленческой деятельности и практической работы.

Задачи:

- овладение организационной культурой мышления;
- понимание системности явлений и процессов в организации;
- освоение методов решения управленческих задач.

Студент, будущий специалист и руководитель производства должен иметь основные понятия о задачах маркетинга при планировании объемов продукции с учетом изменяющегося спроса строительных организаций, о разработке рыночных стратегий поведения предприятия и выборе вариантов маркетинговых решений, ориентированных на удовлетворения нужд потребителей и завоевание устойчивого финансового положения хозяйствующих субъектов.

При подаче разделов программы учитываются особенности предприятий и организаций строительного комплекса, обслуживающих различных сферы деятельности: производства строительных материалов, конструкций, технологического оборудования, проектирования, научно-исследовательских работ, строительства, снабжения, сбыта.

Учебная дисциплина «Менеджмент и маркетинг в строительстве относится к циклу ФТД2

Краткое содержание дисциплины: Управление в инвестиционно-строительном комплексе в условиях развивающегося рынка Теоретические основы и концепции управления отраслевыми комплексами Маркетинг-менеджмент как один из элементов интегративного управления в инвестиционно-строительном комплексе Методические рекомендации по построению системы маркетинг-менеджмента в инвестиционно-строительной сфере Экономико-организационные механизмы и условия реализации стратегии маркетинг-менеджмента в инвестиционно-строительном комплексе

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

ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

ПК-6 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей

ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет

ПК-13 способность принимать участие в совершенствовании и разработке учебно-методического обеспечения экономических дисциплин

ОПК-1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Зав.кафедрой



И.И. Потапова