

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 учебных часа

Форма контроля: зачет

Предлагаемые семестры: дисциплина осваивается в течение четырех семестров

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 вариативную часть гуманитарного, социального и экономического цикла

Краткое содержание дисциплины:

Раздел 1. Управление в инвестиционно-строительном комплексе в условиях развивающегося рынка
Раздел 2. Теоретические основы и концепции управления отраслевыми комплексами
Раздел 3. Маркетинг-менеджмент как один из элементов интегративного управления в инвестиционно-строительном комплексе
Раздел 4. Методические рекомендации по построению системы маркетинг-менеджмента в инвестиционно-строительной сфере
Раздел 5. Экономико-организационные механизмы и условия реализации стратегии маркетинг-менеджмента в инвестиционно-строительном комплексе

Зав. каф. ЭС



И.И. Потапова