

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг»

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является частью программы специалитета «Проектирование авиационных двигателей и энергетических установок (СУОС)» по направлению «24.05.02 Проектирование авиационных и ракетных двигателей».

Цели и задачи дисциплины

Цели: – углубление теоретических знаний студентов в области маркетинга и менеджмента с учетом отраслевой специфики. Задачи: – изучение основных подходов и принципов маркетинга и менеджмента; – освоение методов планирования маркетинговых и управленческих мероприятий на различных этапах жизненного цикла продукта; – освоение навыков использования инструментов маркетинга и менеджмента с учётом отраслевой специфики на всех этапах жизненного цикла..

Изучаемые объекты дисциплины

Процессы управления при создании авиационной и ракетно-космической техники.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		9
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	45	45
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	18	18
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	25	25
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	63	63
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет		
Зачет	9	9
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
9-й семестр				
Модуль 3. Задачи менеджмента	10	0	15	33
Тема 1. Миссия организации. Виды целей в организации. Тема 2. Анализ внешней среды. Тема 3. Стратегические подходы в менеджменте Тема 4. Власть и ее влияние. Лидерство и власть. Тема 5. Основные виды и уровни управления. Организационные структуры управления. Тема 6. Матрица Бостонской консультационной группы. Матрица стратегического баланса.				
Модуль1. Глобализация экономики: новые возможности бизнеса и задачи менеджмента и маркетинга	2	0	4	15
Тема 1. Глобализация и необходимость формирования новой модели менеджмента. Тема 2. Объект и предмет маркетинга, значение целевого маркетинга в деятельности современных компаний.				
Модуль 2. Среда маркетинга	6	0	6	15
Тема 1. Значение маркетинга в современной деятельности. Функции маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования. Тема 2. Комплекс маркетинга. Товарная политика. Коммуникационная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Тема 3. Стратегии выхода на рынок				
ИТОГО по 9-му семестру	18	0	25	63
ИТОГО по дисциплине	18	0	25	63