

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг»

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» является частью программы специалитета «Нефтегазовая техника и технологии (СУОС)» по направлению «21.05.06 Нефтегазовая техника и технологии».

Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование, систематизация и закрепление студентами основ теории и практики управления различными организациями (предприятиями, фирмами и др.) в современных условиях цифровой трансформации экономики, целостного всестороннего понимания студентами природы и сущности маркетинга как концепции внутрифирменного управления, которая направлена на изучение рынка в эпоху цифровизации. Задачи: • Знать профессиональную терминологию управленческого цикла и комплекса маркетинга; • Уметь анализировать и интерпретировать различные виды информации для принятия управленческих решений, используя сквозные цифровые технологии; • Владеть навыками проектирования организационных структур управления, применяя инструменты цифровизации..

Изучаемые объекты дисциплины

• Формальные и неформальные организации, функционирующие в современных условиях цифровой трансформации экономики; • Функции менеджмента; • Рынок в эпоху цифровизации; • Комплекс маркетинга..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		11	
		Номер семестра	
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
11-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 1. Менеджмент	10	0	13	31
<p>Тема 1. Сущность менеджмента Понятие менеджмента. Социально-экономические факторы формирования менеджмента в России. Влияние цифровой трансформации экономики на менеджмент.</p> <p>Тема 2. Субъект и объект менеджмента Менеджер как субъект менеджмента. Иерархия управления. Цифровые технологии в работе менеджера. Организация как объект менеджмента. Формальные организации. Неформальные организации. Организация в условиях цифровизации.</p> <p>Тема 3. Функции менеджмента Планирование. Миссия организации. Цели организации. Организация. Разделение труда. Организационные структуры управления. Мотивация. Потребности. Теории мотивации. Контроль. Необходимость контроля. Процесс контроля. Цифровые технологии как необходимый инструмент при реализации управленческого цикла.</p>				
Модуль 2. Маркетинг	8	0	12	32
<p>Тема 4. Сущность маркетинга Понятие маркетинга. Составляющие понятия «маркетинг». Влияние цифровой трансформации экономики на маркетинг.</p> <p>Тема 5. Рынок как объект маркетинговой деятельности Понятие рынка. Потребительский рынок. Рынок предприятий. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке. Рынок в эпоху цифровизации.</p> <p>Тема 6. Комплекс маркетинга Товар и товарная политика. Жизненный цикл товара. Цена и ценовая политика. Ценообразование. Товародвижение и сбытовая политика. Розничная торговля. Оптовая торговля. Маркетинговые коммуникации и политика продвижения. Основные и дополнительные виды продвижения. Цифровые технологии как необходимый инструмент при реализации комплекса маркетинга.</p>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ИТОГО по 11-му семестру	18	0	25	63
ИТОГО по дисциплине	18	0	25	63