

МАРКЕТИНГ
(название учебной дисциплины)

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 15.03.03 Прикладная механика
(код и наименование направления подготовки)
Направленность (профиль) Компьютерный инжиниринг и реновация деталей машин
(наименование профиля подготовки)

	Форма обучения
	Очная
Курс	3
Семестр	6
Лекции, часы	34
Практические занятия, часы	34
Экзамен, семестр	6
Контактная работа по учебным занятиям, часы	68
Самостоятельная работа, часы	40
Всего часов / зачетных единиц	108/3

1 Цель учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов комплекса знаний и навыков планирования, организации и управления маркетингом на предприятиях по производству товаров промышленного назначения.

2 Планируемые результаты изучения учебной дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- основные особенности рынка товаров производственного назначения;
- основные факторы формирования качества промышленных товаров;
- особенности закупок, принятия решений в промышленной сфере;
- виды цен и скидок в промышленном маркетинге;
- формы организации каналов распределения промышленных товаров, формы поставок на рынок;
- особенности транспортной логистики промышленных товаров;
- основные виды маркетинговых коммуникаций в промышленной среде;
- особенности маркетинга инновационных проектов.

уметь:

- определить специфику спроса на продукт на рынках промышленных товаров;
- сегментировать рынок по потребителям и покупателям, определять критерии выбора поставщика у покупателей;
- выбирать виды коммуникаций для компаний-участников рынка;
- оценивать условия и последствия принимаемых маркетинговых организационно-управленческих решений;
- собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию;
- оценить собственные возможности фирмы, ее потенциал и конкурентоспособность;

- оценить и анализировать конъюнктуру рынка, проводить расчет емкости рынка, знать особенности характеристики и прогнозирования спроса;
- определять цены на продукцию;
- оценивать качество товара и его конкурентоспособность, изучать реакции потребителей на технологические и продуктовые инновации;
- оценивать экономический эффект внедрения инновационных проектов
- пользоваться различными современными информационными базами данных, Интернетом.

владеть:

- навыками составления презентаций продукта;
- навыками разработать рыночную стратегию развития предприятия;
- навыками написания технических заданий для подрядчиков по маркетинговой деятельности;
- навыком анализа деятельности хозяйствующих субъектов на основе расчета финансовых показателей;
- навыками проведения анализа маркетинговой среды предприятия;
- навыками управления маркетинговой деятельностью на промышленном предприятии.

3 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций:

ПК-13: Готовность участвовать в работах по технико-экономическим обоснованиям проектируемых машин и конструкций, по составлению отдельных видов технической документации на проекты, их элементы и сборочные единицы;

ПК-29: Готовность участвовать во внедрении и сопровождении результатов научно-технических и проектно-конструкторских разработок в реальный сектор экономики.

4 Образовательные технологии

Традиционные, мультимедиа, расчетные, с использованием ЭВМ.