

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СВАРОЧНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

АННОТАЦИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-36 01 06 «Оборудование и технология сварочного производства»

	Форма получения высшего образования		
	По дневной форме обучения	По заочной форме обучения	По заочной сокращенной форме обучения
Курс	4	5	4
Семестр	8	9	8
Лекции, часы	36	6	8
Практические (семинарские) занятия, часы	12	2	2
Зачет, семестр	8	9	8
Аудиторных часов по учебной дисциплине	48	8	10
Самостоятельная работа, часы	42	82	80
Всего часов / з.е.	90/3	90/3	90/3

1. Краткое содержание учебной дисциплины: Концепция системы менеджмента; эволюция менеджмента; научное обоснование менеджмента; стратегическое планирование в менеджменте; альтернативные подходы к формированию структуры управления; мотивация деятельности в менеджменте; контроль в системе менеджмента; коммуникации в системе менеджмента; управленческие решения в процессе менеджмента; лидерство и стиль менеджмента; управление конфликтами и стрессами; эффективность управления и ее показатели; современная концепция маркетинга; микро- и макросреда фирмы; потребительские рынки и покупательское поведение; рынки предприятий; комплексное исследование рынка; товарная политика предприятия; ценовая политика фирмы; политика товародвижения; коммуникационная политика в производственной сфере; управление маркетингом на промышленном предприятии; информационное обеспечение маркетинга; внешняя экономическая деятельность.

2. Результаты обучения: обучающийся должен **знать:** функции управления организацией и их основное содержание; технику индивидуальной и групповой работы менеджера, включая технику принятия управленческих решений; систему управления маркетингом; содержание, цели и задачи маркетинговых исследований; маркетинговую среду предприятия; сущность и принципы маркетинга; **уметь:** использовать базовые концепции, принципы и методы управления; проектировать организационную структуру; применять методики управления организационными процессами на практике; оценивать эффективность управления; проводить исследование и сегментирование рынка; использовать маркетинг в производственной деятельности; управлять маркетинговой деятельностью; **владеть:** владеть системным и сравнительным анализом; владеть исследовательскими навыками; владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

3. Формируемые компетенции: Знать методы нормирования точности параметров, основные принципы построения и систем допусков и посадок, базовые стандарты норм взаимозаменяемости, охватывающие системы допусков и посадок для типовых видов соединений деталей машин и приборов, основы и организацию измерительного технического контроля параметров, основы сертификации продукции (СК-3).

4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: реферат, оценка работы на практических занятиях. Текущая аттестация: зачет.