

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(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	5,6
Лекции, часы	68
Практические занятия, часы	68
Курсовая работа, семестр	6
Зачёт, семестр	5
Экзамен, семестр	6
Контактная работа по учебным занятиям, часы	136
Самостоятельная работа, часы	116
Всего часов / зачетных единиц	252/7

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, а также изучение теории и практики, способов и инструментов управления производственными организациями, приобретение необходимых навыков для проектирования системы управления предприятием и управления поведением людей в совместной деятельности.

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;
- основные категории менеджмента, взаимосвязи между ними;
- организационные процессы: коммуникации, принятие управленческих решений, управление изменениями и конфликтами, бизнес-процессы;
- организационные структуры управления, порядок и методы их проектирования;
- содержание отношений управления в хозяйственных системах;

- содержание основных функций управления и организационных процессов;
- методы управления;
- основы стратегического и операционного управления;
- основные методики управления операционными ресурсами организации;
- системы и методы совершенствования бизнес-процессов;
- основы формирования этичного поведения и управления организационной культурой;
- основы управления конфликтами и сопротивлением преобразованиям;
- технику индивидуальной и групповой работы менеджера;
- инструменты принятия управленческих решений;
- модели и методы оценки эффективности управления организацией;

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;
- формировать цели организации и ее структурных подразделений;
- определять состав функций управления и организации;
- применять методы менеджмента в зависимости от специфики объектов управления и управленческих ситуаций;
- использовать базовые концепции, принципы и методы управления на практике;
- проектировать и совершенствовать организационные структуры управления;
- принимать управленческие решения в различных сферах деятельности организации;
- организовывать процессы управления;
- выбирать стратегию;
- организовывать управление ресурсами организации и применять методики управления организационными процессами на практике;
- формировать этичное поведение и организационную культуру;
- использовать технику индивидуальной и групповой работы менеджера;
- оценивать экономическую эффективность менеджмента;

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;
- управленческим инструментарием постановки целей менеджмента, их согласования, формирования организационных структур управления, проектирования организационных процессов, включая принятие и выбор управленческих решений, оценку эффективности управления.
- основными методами и методиками управления ресурсами организации;
- методиками анализа и методами организации стратегического управления;
- приемами планирования и организации деятельности организации и ее подразделений;
- методами мотивации и контроля деятельности персонала;
- приемами и системами организации совершенствования деятельности организации;
- методиками оценки продуктивности и эффективности результатов деятельности и управления.

3 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций:

УК-6 Способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ОПК-7 Способность применять современные экологичные и безопасные методы рационального использования сырьевых и энергетических ресурсов в машиностроении

ОПК-8 Способность проводить анализ затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений в машиностроении

4 Образовательные технологии

Традиционные, мультимедиа, расчетные.