

Название дисциплины		Маркетинг в машиностроении				
Номер		Академический год			Семестр	
Кафедра		Программа		15.03.05 «Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств» (уровень бакалавриата), профиль «Технология машиностроения»		
Составитель		Шайдурова Н.С., старший преподаватель				
Цели и задачи дисциплины, основные темы		<p>Цель: формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в области индустриального (машиностроительного) маркетинга и менеджмента и способностей (навыков) использовать знания при решении практических задач маркетинга и менеджмента машиностроительных предприятий.</p> <p>Задачи дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка специалистов со знанием основ маркетингового подхода в коммерческой деятельности, способных легко ориентироваться в динамичной рыночной среде; - эффективно использовать весь набор маркетинговых приемов и инструментов для решения поставленных целей и задач машиностроительного предприятия; - изучение отличительных характеристик маркетингового подхода в коммерческой, производственной, хозяйственной деятельности предприятия; - формирование у студентов умения анализировать экономические маркетинговые ситуации. <p>Знания: базовые положения теории и практики маркетинга; современные системы, методы, функции и структуры управления (руководства) машиностроительными предприятиями; основы анализа стратегического положения машиностроительных предприятий; положения о производственных обязанностях и полномочиях, основные положения об управлении персоналом, взаимозависимости между технологическими и управленческими системами;</p> <p>Умения: выбирать и адаптировать методы, схемы, модели маркетинга и менеджмента с учетом конкретной производственной ситуации;</p> <p>Навыки: владеть навыками разработки системы целей собственного поведения и работы в конкретной производственной ситуации в соответствии с системой целей, принятой на предприятии; планирования собственной работы и работы подчиненных; информационного поиска данных о современной ситуации на рынке технологий и средств технологического оснащения машиностроительных предприятий исследование; анализа и оценки нужд реальных и потенциальных потребителей продукции фирмы в областях, интересующих фирму; маркетингового обеспечения разработки новых товаров и услуг фирмы.</p> <p>Лекции (основные темы): Основы маркетинга. Процесс управления маркетингом. Маркетинговая среда фирмы. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке. Товар и товарная политика фирмы. Мотивация и поведение потребителя. Реализация товара. Упаковка и товарная марка. Маркетинговые коммуникации. Стратегии маркетинга. Концепция маркетинга на машиностроительном предприятии. Реализация рыночных возможностей машиностроительного предприятия.</p>				
Основная литература		<p>1. Аренков, И. А. Маркетинг предприятия [Электронный ресурс] : учебник / И. А. Аренков, М. М. Глазов, И. Г. Фирова ; под ред. М. М. Глазов. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Российский государственный гидрометеорологический университет, 2009. — 448 с. — 978-5-86813-241-4. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/12494.html</p> <p>2. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Морозов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2013. — 148 с. — 978-5-394-02156-5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10945.html</p> <p>3. Шабашова, Л. А. Маркетинг промышленного предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Шабашова. — Электрон. текстовые данные. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2016. — 154 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/54707.html</p>				
Технические средства		Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, для самостоятельной работы студентов.				
Компетенции		Приобретаются студентами при освоении дисциплины				
Общекультурные		ПК-5 способностью участвовать в проведении предварительного технико-экономического анализа проектных расчетов, разработке (на основе действующих нормативных документов) проектной и рабочей и эксплуатационной технической документации (в том числе в электронном виде) машиностроительных производств, их систем и средств, в мероприятиях по контролю соответствия разрабатываемых проектов и технической документации действующим нормативным документам, оформлении законченных проектно-конструкторских работ				
Зачетных единиц	2	Форма проведения занятий	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
		Всего часов - 72	4	4	–	64
Виды контроля	Диф.зач /зач/экз	КП/КР	Условие зачета дисциплины	Получение отметки «зачтено»	Форма проведения самостоятельной работы	Подготовка к семинарским занятиям, аттестационным письменным работам; к зачету
	формы	зачет				
Перечень дисциплин, знание которых необходимо для изучения дисциплины			Обществознание (среднее (полное) общее образование). История			