

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.Б.1 «Менеджмент и маркетинг»**  
**Направление подготовки**  
15.04.02 «Технологические машины и оборудование»  
**Программа**  
«Машины и аппараты химических производств»  
**Квалификация выпускника**  
магистр  
**Форма обучения**  
Очная

**Цель и задачи дисциплины**

**Цель дисциплины:** приобретение магистрантами фундаментальных знаний по современным теориям менеджмента и маркетинга, а также практических навыков построения эффективных систем менеджмента и маркетинга на предприятии. В ходе изучения дисциплины магистрант должен усвоить основные понятия и общие принципы менеджмента и маркетинга, эволюции их теории и практики, уметь использовать полученные знания в своей будущей трудовой деятельности.

**Задачи дисциплины:** научить адекватно рыночной среде использовать методы менеджмента; развить навыки принятия управленческих и маркетинговых решений; привить навыки управления, оценки эффективности управления с учетом современных требований рыночной среды.

**Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

В результате изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

способностью на научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности, владением навыками самостоятельной работы в сфере проведения научных исследований (ОПК-2);

способностью оценивать технико-экономическую эффективность проектирования, исследования, изготовления машин, приводов, оборудования, систем, технологических процессов, принимать участие в создании системы менеджмента качества на предприятии (ОПК-4).

Профессиональные компетенции (ПК):

способностью оценивать технико-экономическую эффективность проектирования, исследования, изготовления машин, приводов, оборудования, систем, технологических процессов, принимать участие в создании системы менеджмента качества на предприятии (ПК-3);

способностью проводить маркетинговые исследования и подготавливать бизнес-планы выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий (ПК-13).

**В результате изучения дисциплин студент должен:**

**Знать:** факторы среды, влияющие на результативность работы предприятия; методику проведения маркетинговых исследований; основы процесса управления маркетингом; теорию принятия рациональных решений и способы совершенствования коммуникаций в организации; построение организационных структур и методов эффективного делегирования полномочий; мотивации персонала и контроля деятельности.

**Уметь:** провести анализ конъюнктуры рынка; на основе анализа макро- и микросреды выбрать стратегию предприятия и стратегию маркетинга; выработать в себе качества, необходимые менеджеру и маркетологу; оценить особенности коллектива и выбрать соответствующий стиль управления.

**Владеть:** методологией и инструментарием менеджмента и маркетинга для достижения целей предприятия в области менеджмента и маркетинга; навыками подготовки научно-технических отчетов, обзоров, публикаций по результатам выполненных исследований в области менеджмента и маркетинга.

**Трудоемкость:** 2 з.е. (72 час.)

**Объем занятий:** практические занятия – 18 ч.; СРС – 54 ч.

**Виды учебной работы:** практические занятия.

**Формы отчетности:** зачет.