

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в строительстве

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные ед. (72 академ. часа)

Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование системного представления о современном маркетинге и применения знаний, навыков, умений в области маркетинга при реализации бизнес-идей.

Задачи освоения дисциплины: сформировать целостное представление о маркетинге как науки и практической деятельности; сформировать способности, необходимые для организации маркетинговых исследований.

Краткое содержание дисциплины Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции; информационное обеспечение маркетинга; стратегия и система маркетинга, их особенности в России; исследования рынка; разработка продукции; особенности ценообразования в маркетинге; продвижение продукции; реклама; маркетинговый контроль; организация и деятельность маркетинговой службы предприятия; маркетинговые коммуникации; международный маркетинг; специфика маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках.

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен организовывать работу и управлять коллективом производственного подразделения организаций, осуществляющих деятельность в области строительства, жилищно-коммунального хозяйства и /или строительной индустрии (ОПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические и методологические основы маркетинга, отечественную и зарубежную практику маркетинговой деятельности как комплексного подхода к управлению производством и реализацией продукции с учётом рыночного спроса и требований потребителей (для ОПК-9);

-основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро и макроуровне (для ОПК-9).

Уметь:

- анализировать и оценивать собственные возможности организации, состояние и изменение платежеспособного спроса потребителей, использовать нормативно – законодательную, справочную литературу (для ОПК-9);

-осуществить поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (для ОПК-9).

Владеть

- навыками применения современных инструментов маркетинга для решения практических задач (для ОПК-9);

-современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро-и макроуровне (для ОПК-9).

Виды учебной работы: аудиторные занятия (лекции, практические занятия), самостоятельная работа студентов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.