

Б1.Б.09 Основы маркетинга и менеджмента

Объем дисциплины (модуля) 7 ЗЕТ (252 час)

ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Создать, расширить, развить комплекс знаний в сфере маркетинга и менеджмента на основе современного понимания их сущности, принципов, методов реализации, а также на базе анализа и обобщения конкретного опыта фирм, знаний, необходимых для бакалавров технических направлений подготовки

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию

ПК-4: способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом

ПК-12: способностью применять правовые, нормативно-технические и организационные основы организации перевозочного процесса и обеспечения безопасности движения транспортных средств в различных условиях

ПК-29: способностью к работе в составе коллектива исполнителей по реализации управленческих решений в области организации производства и труда, организации работы по повышению научно-технических знаний работников

ПК-30: способностью использовать приемы и методы работы с персоналом, методы оценки качества и результативности труда персонала

ПК-31: способностью к кооперации с коллегами по работе в коллективе, к совершенствованию документооборота в сфере планирования и управления оперативной деятельностью транспортной организации

ПК-33: способностью к работе в составе коллектива исполнителей по оценке производственных и непроизводственных затрат на обеспечение безопасности движения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: роль маркетинга в экономическом развитии страны; роль, функции, задачи современной организации; функциональную основу организации; основные принципы принятия управленческих решений; основные методы и приемы работы с персоналом;

Уметь: самостоятельно анализировать социально-экономическую и научную литературу; использовать принципы разработки комплекса маркетинга; ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; выявлять проблемы в области организации производства и труда на предприятии

Владеть: основными способами стимулирования рынка

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Основы менеджмента

Раздел 2. Основы маркетинга