

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины
«Маркетинговые исследования рынка строительной продукции»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Программа «Ресурсосбережение и экология строительных материалов, изделий и конструкций»

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2018

Цель изучения дисциплины:

обучение методам исследования рынка, конкурентов и продуктов, оценки конкурентоспособности товаров, формирование навыков систематизации и анализа данных о состоянии рынка строительной продукции для подготовки и принятия эффективных маркетинговых решений

Задачи изучения дисциплины:

- формирование системного подхода к проблемам проведения маркетинговых исследований, маркетингового анализа и принятия маркетинговых решений.
- формирование комплексного подхода к анализу и прогнозированию товарных рынков;
- изучение методов оценки параметров рынка и рыночной конъюнктуры;
- изучение методов выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей;
- изучение способов определения влияния конкуренции и выявления реальных конкурентов предприятия, методов оценки степени монополизации рынка;
- изучение методов оценки конкурентоспособности продукции и организации

Перечень формируемых компетенций:

ПК-4 - Способен осуществлять анализ финансово-хозяйственной деятельности строительной организации и принимать обоснованные организационно-управленческие решения

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Зачет