

## **АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе дисциплины

«Менеджмент и маркетинг спортивных сооружений»

**Направление подготовки 08.04.01 Строительство**

**Программа Строительство и эксплуатация спортивных сооружений**

**Квалификация выпускника магистр**

**Нормативный период обучения 2 года**

**Форма обучения очная**

**Год начала подготовки 2018**

### **Цель изучения дисциплины:**

Целями изучения данной дисциплины является: формирование устойчивых знаний об эволюции управленческой мысли и современных концепциях менеджмента и маркетинга; ориентация студентов в проблемном и предметном поле теории организации, изучение основных концепций и подходов к пониманию феномена организации в исторической перспективе; знания различных подходов к объяснению взаимодействия организации с внешней средой в рамках организационной теории; формирование у студентов комплексной системы взглядов по организации и управлению производством и сбытом продукции инвестиционно-строительного комплекса с ориентацией на действующую рыночную ситуацию, формирование целостного представления об особенностях поведения человека в организации.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- знать содержание основных школ управления;
- выработать умение сравнительного анализа различных теоретических подходов к управлению;
- знать современные тенденции развития теории менеджмента;
- знать причинно-следственные связи формирования и функционирования организаций;
- уметь провести комплексный анализ основных коммуникаций в организации;
- уметь выявить закономерностей организационного развития;
- уметь провести сравнительный анализ различных организационных структур управления;
- знать основные подходы к изучению организационного поведения;
- владеть психологическими методами распознавания тех или иных особенностей поведения;
- владеть понятийным аппаратом, описывающим поведение человека на индивидуальном, групповом, организационном уровнях;
- приобрести опыт построения психологических профилей личности, группы, команды;

- приобрести опыт анализа поведения персонала в организации в периоды ее развития, роста, изменений.
- правильно владеть понятийным и категорийным аппаратом рынка;
- уметь анализировать проводимые в Российской Федерации экономические реформы, их реакцию на формирование экономической среды деятельности фирмы;
- сформировать представление о маркетинге как концепции внутрифирменного управления и системе организации предпринимательской деятельности;
  - сформировать навыки организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности потенциальных покупателей;
  - знать сущность и содержание маркетинговой деятельности организации;
  - развить умение планировать, осуществлять и анализировать последствия принятия управленческих решений в рамках маркетинговой деятельности предприятия – разработки товара, сбытовой политики, рекламной деятельности, ценообразовании.

#### **Перечень формируемых компетенций:**

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-1 - Организация подготовительного процесса разработки документации, необходимой для выполнения строительно-монтажных работ

ПК-2 - Организация взаимодействия между работниками, осуществляющими разработку документации, необходимой для выполнения согласований и экспертиз, строительно-монтажных работ и авторского надзора

ПК-4 - Организация производственной деятельности строительной организации

**Общая трудоемкость дисциплины:** 4 з.е.

**Форма итогового контроля по дисциплине:** Зачет с оценкой