

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели дисциплины:

формирование у студентов комплексной системы взглядов по организации и управлению производством и сбытом продукции инвестиционно-строительного комплекса с ориентацией на действующую рыночную ситуацию.

Задачи освоения дисциплины:

Бакалавр по направлению подготовки 08.03.01 Строительство в соответствии с видами профессиональной деятельности должен решать следующие профессиональные задачи:

в области изыскательской и проектно-конструкторской деятельности:

- сбор и систематизация информационных и исходных данных для проектирования зданий, сооружений, комплексов, транспортной инфраструктуры, инженерных систем и оборудования, планировки и застройки населенных мест;
- участие в выполнении инженерных изысканий для строительства и реконструкции зданий, сооружений;
- расчетные обоснования элементов строительных конструкций зданий, сооружений и комплексов, их конструирование с использованием универсальных и специализированных программно-вычислительных комплексов, а также систем автоматизированного проектирования;
- подготовка проектной и рабочей технической документации в строительной и жилищно-коммунальной сфере, оформление законченных проектно-конструкторских работ;
- обеспечение соответствия разрабатываемых проектов и технической документации заданию, стандартам, нормам и правилам, техническим условиям и другим исполнительным документам, техническая и правовая экспертиза проектов строительства, ремонта и реконструкции зданий, сооружений и их комплексов;
- составление проектно-сметной документации в строительной и жилищно-коммунальной сфере;

в области производственно-технологической и производственно-управленческой деятельности:

- организация рабочих мест, их техническое оснащение, размещение технологического оборудования;
- организация работы малых коллективов исполнителей, планирование работы персонала и фондов оплаты труда;
- контроль за соблюдением технологической дисциплины;
- приёмка, освоение и обслуживание технологического оборудования и машин;
- организация метрологического обеспечения технологических процессов, использование типовых методов контроля качества возведения и

эксплуатации строительных объектов и объектов жилищно-коммунального хозяйства, а также качества выпускаемой продукции, машин и оборудования;

- участие в работах по доводке и освоению технологических процессов возведения, ремонта, реконструкции, эксплуатации и обслуживанию строительных объектов и объектов жилищно-коммунального хозяйства, а также производства строительных материалов, изделий и конструкций, изготовления машин и оборудования;
- реализация мер экологической безопасности, экологическая отчетность в строительстве и жилищно-коммунальной сфере;
- реализация мер по энергосбережению и повышению энергетической эффективности зданий, строений и сооружений;
- составление технической документации (графиков работ, инструкций, планов, смет, заявок на материалы, оборудование), а также установленной отчетности по утвержденным формам;
- участие в инженерных изысканиях и проектировании строительных объектов, объектов жилищно-коммунального хозяйства;
- выполнение работ по стандартизации и подготовке к сертификации технических средств, систем, процессов, оборудования и материалов;
- исполнение документации системы менеджмента качества предприятия;
- проведение организационно-плановых расчетов по реорганизации производственного участка;
- разработка оперативных планов работы первичного производственного подразделения;
- проведение анализа затрат и результатов деятельности производственного подразделения;
- организация и выполнение строительно-монтажных работ, работ по эксплуатации, обслуживанию, ремонту и реконструкции зданий, сооружений и объектов жилищно-коммунального хозяйства;
- мониторинг и проверка технического состояния, остаточного ресурса строительных объектов, оборудования и объектов жилищно-коммунального хозяйства;
- организация и проведение испытаний строительных конструкций изделий, а также зданий, сооружений, инженерных систем;
- организация подготовки строительных объектов и объектов жилищно-коммунального хозяйства к сезонной эксплуатации;
- реализация мер техники безопасности и охраны труда, отчетность по охране труда;
- участие в управлении технической эксплуатацией инженерных систем.

В связи с вышеперечисленными задачами дисциплины «Основы маркетинга» являются:

- правильно владеть понятийным и категориальным 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;
- ознакомить с сущностью и содержанием маркетинговой деятельности организации;
- развить умение планировать осуществлять и анализировать последствия принятия управленческих решений в рамках маркетинговой деятельности предприятия – разработка товара, сбытовая политика, рекламная деятельность и ценообразование.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для изучения данной дисциплины:

Необходимым базисом для освоения дисциплины «Основы маркетинга» является знание экономической теории, основ рыночной конъюнктуры, математики.

Студент должен:

Знать:

- общие закономерности менеджмента; - цели и содержание управленческой деятельности;
- основы экономической теории;
- основные способы обработки статистических данных.

Уметь:

- применять экономические законы для решения конкретных управленческих задач;
- использовать полученные ранее знания для понимания основ маркетинговой деятельности.

Владеть навыками:

- применения теоретических положений экономической теории, менеджмента и психологии к конкретным управленческим ситуациям.

Дисциплина «Основы маркетинга» является предшествующей для дисциплины «Оценка бизнеса».

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Основы маркетинга» направлен на формирование следующих компетенций:

В результате изучения дисциплины студент должен обладать:

- (ОК-3) способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- (ОК-4) способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- (ОПК-4) владением эффективными правилами, методами и средствами сбора, обмена, хранения и обработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- (ОПК-8) умением использовать нормативные правовые документы в профессиональной деятельности;

Знать:

Знать - методологические основы и практику маркетинга как комплексного подхода к управлению производством и реализацией продуктов и услуг с учетом спроса и требований потребителей, а также особенностей строительства, как отрасли материального производства;

- содержание маркетинговой концепции управления;
- методы маркетинговых исследований; - основы маркетинговых коммуникаций.

Уметь:

- организовывать и проводить исследование внутренней и внешней среды предприятия;
- организовывать и осуществлять поиск, сбор, систематизацию и анализ использования первичной и вторичной маркетинговой информации;
- анализировать уровень качества и факторы конкурентоспособности товаров и услуг;
- разрабатывать рекомендации по расчетам цены на товар;
- формировать предложения по продвижению товаров на рынке, в т.ч. и зарубежные;
- разрабатывать маркетинговую программу предприятия.

Владеть:

- специальной терминологией по маркетингу;
- методологией маркетинговых исследований;
- планированием товарного ассортимента;
- организацией системы сбыта;
- формированием политики ценообразования;
- коммуникационной политикой и ее основными формами;
- управлением и стратегическим планированием маркетинга;
- современными информационными технологиями в маркетинге;
- методами разработки и реализации маркетинговых программ.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы маркетинга» составляет 3 зачетных единиц.