МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 «Менеджмент и маркетинг»

Код и направление подготовки (специальность)	12.03.01 Приборостроение
Направленность (профиль)	Информационно-измерительная техника и технологии
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала подготовки	2025
Институт / факультет	Институт автоматики и информационных технологий
Выпускающая кафедра	кафедра "Информационно-измерительная техника"
Кафедра-разработчик	кафедра "Экономика промышленности и производственный менеджмент"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет с оценкой
Лекции	32.00 ч.
Практические занятия	16.00 ч.
Самостоятельная работа	57.00 ч.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы: **блок элективных дисциплин вариативной части**

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

- ПК-7 способность к участию в монтаже, отладке, настройке, юстировке, испытаниях, сдаче в эксплуатацию опытных образцов, сервисном обслуживании и ремонте техники
- УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Краткое содержание дисциплины

Задачи изучения дисциплины заключаются в приобретении **знаний** и умений путем освоения **теоретического и практического материала, а также формирование навыков, характеризующих определенный уровень целевых компетенций.**

В результате изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» студент должен:

— знать содержание основных процессов менеджмента и маркетинга на предприятии, принципы развития и закономерности функционирования организации в условиях рынка, виды управленческих решений и методы их принятия;

— уметь осуществлять постановку целей и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию, организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;

— владеть методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль), а также методами разработки комплекса маркетинга, современными технологиями эффективного влияния на поведение в организации;

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными вопросами функционирования предприятия в современной рыночной среде.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.