

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«Промышленный маркетинг»**

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры)

Направленность (профиль): Производственный менеджмент

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ПК-2.1: Демонстрирует знание методик проектного и программно-ориентированного планирования;
- ПК-3.1: Рассчитывает показатели эффективности проектных решений;
- ПК-3.2: Анализирует проектные решения в соответствии с заданными критериями;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Промышленный маркетинг» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очно - заочная. Семестр 3.

1. Маркетинговая диагностика внешней и внутренней среды промышленного предприятия как предшествующий этап проектирования маркетинговых решений. Методы и технологии предпроектного анализа внешней среды, прогнозирования спроса и сбыта продукции, маркетинговых возможностей промышленного предприятия. Методы проведения маркетингового исследования. Методы расчета основных показателей рыночной конъюнктуры.

Модель поведения потребителей на рынке промышленной продукции. Нормативно-правовые базы для маркетинговых действий. Технологии бенчмаркинга..

2. Стратегическое и тактическое маркетинговое планирование на промышленном предприятии. Стратегическое и тактическое планирование и проектирование маркетинговой деятельности промышленного предприятия с использованием проектного метода и программно-ориентированного подхода. Формирование проектных решений в области совершенствования товарной и ценовой политики, в области совершенствования систем сбыта и продаж, продвижения промышленной продукции..

3. Система управления и маркетингового контроля на промышленном предприятии. Построение системы маркетингового клиентоориентированного управления промышленным предприятием. Адаптация организационных структур управления к решению проектных задач в области маркетинговой деятельности. Сравнительный анализ методик и технологий по оцениванию и анализу эффективности проектных решений в области маркетинговых задач..

Разработал:

доцент
кафедры ЭиПМ

Г.Е. Родина

Проверил:

Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева