

Аннотация
рабочей программы дисциплины
«Маркетинг металлургического рынка»

Целями освоения дисциплины «Маркетинг металлургического рынка» являются приобретение знаний и умений по выявлению, формированию и удовлетворению потребностей участников рынка, их всестороннему изучению, представлению результатов аналитической и исследовательской работы в виде отчета или исследования для принятия грамотных управленческих решений, формирование профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Маркетинг металлургического рынка» относится к обязательным дисциплинам вариативной части (блок М1.2) дисциплин подготовки магистров по направлению 24.04.01 «Материаловедение и технологии материалов». Изучение дисциплины базируется на положениях следующих дисциплин: «Экономика», «Менеджмент», «Основы маркетинга», «Философские проблемы науки и техники», «Компьютерные и информационные технологии в науке и производстве», «Управление инновациями», «Защита интеллектуальной собственности и патентоведение».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Оптимизация экономико-технологических задач», «Управленческие решения в материаловедении и металлургии», а также при выполнении научно-исследовательской работы и выпускной квалификационной работы.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студентов:

Студент должен:

Знать: основные экономические понятия, законы и теории, макро- и микроэкономические показатели, организационно-правовые формы предприятий, методы сбора и обработки деловой информации; методы управления товарными и информационными потоками; принципы, функции и методы менеджмента, технику ведения переговоров, деловой переписки.

Уметь: применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических дисциплин.

Владеть: основными понятиями, определенными в предшествующих дисциплинах, экономическими, социологическими и управленческими методами профессиональной деятельности. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Программой дисциплины предусмотрены: лекции (9 часов), практические занятия (27 часов), самостоятельная работа студента (72 часа). Дисциплина изучается в 2 семестре и заканчивается зачетом.

Содержание учебной дисциплины «Маркетинг металлургического рынка».

Тема 1. Понятие, сущность промышленного маркетинга. Организация службы маркетинга на промышленном предприятии.

Тема 2. Маркетинговая среда предприятия. Система маркетинговых исследований.

Тема 3. . Формирование стратегии промышленного маркетинга. Сегментация, позиционирование

Тема 4. Покупательское поведение организаций. Стратегии и планирование комплекса маркетинга

Тема 5. Организация системы сбыта и управление логистикой на промышленных рынках.