

## Аннотация к дисциплине

|  |  |
|--|--|
| <b>Название дисциплины</b>                                       | Маркетинг в машиностроении   |
| <b>Направление (специальность) подготовки</b>                    | 15.03.05 - Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств   |
| <b>Направленность (профиль/программа/специализация)</b>          | Технология машиностроения  |
| <b>Место дисциплины</b>  | Обязательная часть Блока 1. Дисциплины (модули)  |
| <b>Трудоемкость (з.е. / часы)</b>                                | 2 з.е. / 72 часов  |
| <b>Цель изучения дисциплины</b>                                  | Целью освоения дисциплины является формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков в области индустриального (машиностроительного) маркетинга и менеджмента и способностей (навыков) использовать знания при решении практических задач маркетинга и менеджмента машиностроительных предприятий.  |
| <b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b> | ОПК-2. Способен проводить анализ затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений.  |
| <b>Содержание дисциплины (основные разделы и темы)</b>           | Основы маркетинга. Процесс управления маркетингом. Маркетинговая среда фирмы. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке. Товар и товарная политика фирмы. Мотивация и поведение потребителя. Реализация товара. Упаковка и товарная марка. Маркетинговые коммуникации. Стратегии маркетинга. Концепция маркетинга на машиностроительном предприятии. Реализация рыночных возможностей машиностроительного предприятия. |
| <b>Форма промежуточной аттестации</b>                            | Зачет  |