

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01 «Основы маркетинга на предприятиях медико-технического
профиля»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часа, из них – 30 часов аудиторной нагрузки: лекционных 16 ч., практических 14 ч, самостоятельной работы 77,8 ч.)

Цель освоения дисциплины

Учебная дисциплина «Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля» ставит своей целью: изучение рынка и управления предприятием, и основы технологии производства медико-технического направления. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, позволяющие анализировать рынок, структуру предприятия и способы управления им.

Задачи дисциплины

Основные задачи освоения дисциплины заключаются в следующем:

- получение студентами знаний о методах теории менеджмента и маркетинга, основных концепциях менеджмента, классических теориях управления и современных концепциях;
- приобретение умений, необходимых для принятия управленческих решений по наиболее эффективному использованию ограниченных ресурсов предприятия;
- поддержка единого информационного пространства планирования и управления предприятием на всех этапах жизненного цикла производимой продукции;
- участие в проведении технико-экономического и функционально-стоимостного анализа рыночной эффективности создаваемого продукта;
- овладение методами системного анализа сложноорганизованных объектов, методами планирования как средствами изменения и развития организованных систем, методами стратегического планирования и целевого управления, построения организаций.
- организация работы коллективов исполнителей; приобретение знаний по теориям мотивации и групповой динамики, контролю и анализу деятельности организаций. Технологии принятия управленческих решений; разработке планов и программ инновационной деятельности на предприятии;
- формирование у студентов мотивации к самообразованию за счет активизации самостоятельной познавательной деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы маркетинга на предприятиях медико-технического профиля» по направлению подготовки 12.04.04 Биотехнические системы (квалификация (степень) "магистр") относится к учебному циклу дисциплин (модулей) вариативной части по выбору студента.

В результате изучения дисциплины студенты должны получить знания, имеющие не только самостоятельное значение, но и обеспечивающие базовую подготовку для усвоения ряда последующих дисциплин: Теория электрических цепей», «Информатизация в медицинской практике», «Медицинские информационные системы» и др.

Настоящая дисциплина находится на стыке дисциплин, обеспечивающих базовую и специальную подготовку студентов, необходимую для эксплуатации электронных приборов в средствах связи. Изучая эту дисциплину, студенты получают практические навыки работы и управления соответствующими предприятиями, а также возможностью

сбыта медицинской техники. Поэтому для её освоения необходимо успешное усвоение сопутствующих дисциплин: «История и методология науки и техники в области биотехнических систем и технологий» и «Биотехнические системы и технологии», «Современные проблемы биомедицинской и экологической инженерии».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-1 Способность к анализу состояния научнотехнической проблемы, технического задания и постановке цели и задач проектирования биотехнических систем и медицинских изделий на основе подбора и изучения литературных и патентных источников

Основные разделы дисциплины:

1. Основные концепции маркетинга, подходы к рынку. Комплекс маркетинга
2. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров. Исследование и прогнозирование рынка. Конкурентоспособность фирмы и продукции
3. Стратегии и методы рыночного ценообразования. Разработка плана маркетинга
4. Характеристика организации. Функции управления, уровни менеджмента. История развития менеджмента, подходы, школы управления
5. Организация взаимодействия и построение организации
6. Стратегическое планирование в менеджменте. Типы стратегий
7. Мотивация персонала

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор С.А. Онищук