

АННОТАЦИЯ
Дисциплины
Б1.В.22 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И ТАКТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки – 38.03.01 «Экономика»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль – «Экономика строительных предприятий и организаций»

1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

2. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере маркетинговой деятельности в строительстве, применения рыночных механизмов ценообразования, обоснования выбора поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и повышения эффективности планово-экономического обеспечения строительного производства в условиях рыночной экономики.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

– формирование современного представления о роли маркетинга в строительстве и сферах маркетинговой деятельности строительных предприятий и организаций, о контрактной системе в сфере закупок материально-технических ресурсов, подрядных работ и услуг, о маркетинговой информационной системе предприятий и организаций, методах маркетинговых исследований и рыночного ценообразования в строительстве;

– изучение основ стратегического и тактического маркетинга, маркетингового процесса и концепций управления маркетингом, сил и факторов маркетинговой среды, этапов стратегического планирования и маркетинговых стратегий дифференцирования и позиционирования в достижении конкурентных преимуществ, инструментов маркетингового комплекса и их практического применения в строительстве;

– формирование умений анализа рынков материально-технических ресурсов, работ и услуг в строительстве, маркетинговой ситуации и конкурентоспособности строительного производства, обоснования существенных условий контракта и критериев выбора поставщика (подрядчика, исполнителя) в сфере закупок материально-технических ресурсов и подрядных работ;

– овладение навыками маркетингового анализа и разработки маркетингового комплекса строительного предприятия (организации), контроля закупочных цен, конкурсного ценообразования, оценки конкурсных предложений и выбора поставщика материально-технических ресурсов и подрядных работ;

– формирование представления о социальной ответственности лиц, осуществляющих стратегическое планирование и применение маркетинговых инструментов в целях планово-экономического обеспечения строительного производства.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

Компетенция	Индикатор компетенции
ПК-2 Определение стоимости материально-технических ресурсов, используемых при производстве строительно-монтажных работ	ПК-2.1.3 Знает методы маркетинговых исследований в строительстве
	ПК-2.2.3 Умеет структурировать информацию и составлять аналитические материалы по предложениям, представленным на рынке материально-технических ресурсов
	ПК-2.2.4 Умеет формулировать рекомендации по выбору поставщика ресурсов на основе созданной системы

Компетенция	Индикатор компетенции
	показателей с учетом специфики деятельности организации
	ПК-2.3.1 Владеет навыками сбора и анализа предложений на рынках труда, материально-технических ресурсов, субподрядных работ и услуг
	ПК-2.3.2 Владеет навыками технико-экономического обоснования выбора поставщиков материально-технических ресурсов и субподрядных работ (совместно со специалистами в области производственно-технического и технологического обеспечения строительного производства)
	ПК-2.3.3 Владеет навыками разработки предложений по экономической части проектов договоров поставки материально-технических ресурсов и субподрядных договоров
ПК-5 Экономическое планирование и контроль ведения отчетной и аналитической документации процесса строительного производства	ПК-5.2.1 Умеет осуществлять сбор, обработку и анализ информации о внешних и внутренних факторах, определяющих экономическую ситуацию строительного производства
ПК-7 Формирование коммерческого предложения для участия в конкурсных процедурах	ПК-7.1.1 Знает основы гражданского права Российской Федерации, законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд
	ПК-7.3.5 Владеет навыками подготовки технико-экономического обоснования коммерческих предложений для участия в конкурсных процедурах
ПК-8 Контроль расходования сметных и плановых лимитов материально-технических и финансовых ресурсов в процессе строительного производства	ПК-8.3.2 Владеет навыками контроля закупочных цен на материально-технические ресурсы и стоимости услуг по производству отдельных видов и комплексов строительных работ
ПК-9 Повышение эффективности планово-экономического обеспечения строительного производства	ПК-9.2.3 Умеет проводить анализ конкурентоспособности строительного производства

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков:

- сбора и анализа предложений на рынках труда, материально-технических ресурсов, субподрядных работ и услуг;
- технико-экономического обоснование выбора поставщиков материально-технических ресурсов и субподрядных работ (совместно со специалистами в области производственно-технического и технологического обеспечения строительного производства);
- разработки предложений по экономической части проектов договоров поставки материально-технических ресурсов и субподрядных договоров;
- подготовки технико-экономического обоснования коммерческих предложений для участия в конкурсных процедурах;
- контроля закупочных цен на материально-технические ресурсы и стоимости услуг по производству отдельных видов и комплексов строительных работ.

4. Содержание и структура дисциплины

Раздел 1 Стратегический маркетинг

Раздел 2 Тактический маркетинг

5. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины – 5 зачетные единицы (180 час.), в том числе:

лекции – 32 час.

практические занятия – 16 час.

лабораторные работы – 16 час.

самостоятельная работа – 80 час.

Форма контроля знаний - Э, КП.