

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	«Анализ конкурентоспособности изделий в машиностроении»
Формируемые компетенции (части компетенций)	«ОПК-7»
Задачи дисциплины	Изучить теоретические основы конкурентоспособности продукции; Рассмотреть основные принципы и инструменты маркетинга, методы исследования рынка; Изучить взаимосвязи между производственными возможностями и маркетинговыми стратегиями; Рассмотреть методологические основы маркетинговых исследований управления персоналом, кадровые технологии, процессы и механизмы взаимодействия в организации; Приобрести навыки расчёта финансовых показателей, составления прогнозов продаж и оценки рисков.
Основные разделы / темы дисциплины	Раздел 1. Теоретические и методологические основы конкурентоспособности изделий. Раздел 2. Маркетинговая система предприятия. Раздел 3. Стратегический маркетинг
Форма промежуточной аттестации	«Зачет с оценкой»

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	«3»зач. ед., «108»акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежуточная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
«3»	«8»	«8»	«0»	«92»	«0»	«0»	

Очно-заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	«3»зач. ед., «108»акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежуточная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
«3»	«8»	«8»	«0»	«92»	«0»	«0»	