Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.12.2022 20:19:42
Уникальный программный ключ:
7118[illegible]06d480271b3c1a975e6f

Аннотация

учебной дисциплины Б1.В.04 Использование инструментов маркетинга в бережливом производстве

направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

Дисциплина учебного плана подготовки магистров по направлению
38.04.02 Менеджмент профиль Бережливое управление

Цели изучения курса: обучение методам разработки эффективной стратегии продвижения потребительских товаров на рынок предприятий, ориентированных на бережливое производство.

Задачи курса:

- знать теоретические основы эффективного продвижения потребительских товаров на рынок;
- иметь представление современной системе управления предприятием, такой как бережливое производство как маркетингово-ориентированной системе, о применении элементов маркетинговых коммуникаций (реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование продаж путем проведения демонстрационных мероприятий) в разработке стратегии продвижения товаров в маркетинге;
- владеть методикой анализа стратегий продвижения потребительских товаров на рынок.

Основные блоки и темы дисциплины: Бережливое производство как маркетингово-ориентированная система продвижения товара. Продвижение товара как инструмент формирования потребительских предпочтений. Интегрированные маркетинговые коммуникации в бережливом производстве. Разработка стратегии продвижения потребительских товаров на рынок. Pull-стратегия и Push-стратегия продвижения товара. Оценка эффективности стратегии продвижения потребительских товаров на рынок.

Учебная дисциплина «Использование инструментов маркетинга в бережливом производстве» **входит** в перечень курсов базовой части вариативных дисциплин ООП.

В результате изучения дисциплины магистр должен обладать следующими компетенциями

знать: принципы, инструменты и методы продвижения потребительских товаров на рынок для предприятий, ориентированных на философию бережливого производства (ПКУВ -3.1, ПКУВ -3.2, ПКУВ -3.3, ПКУВ -3.4, ПКУВ -4.1, ПКУВ -4.2);

уметь: использовать потребительские предпочтения для продвижения товара на рынке (ПКУВ -3.1, ПКУВ -3.2, ПКУВ -3.3, ПКУВ -3.4, ПКУВ -4.1, ПКУВ -4.2);

владеть методикой разработки и оценки стратегии продвижения потребительских товаров на рынок для предприятий, реализующих принцип постоянного улучшения системы менеджмента качества и направленных на постоянное повышение клиентоориентированности (ПКУВ -3.1, ПКУВ -3.2, ПКУВ -3.3, ПКУВ -3.4, ПКУВ -4.1, ПКУВ -4.2).

Дисциплина Использование инструментов маркетинга в бережливом производстве» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершаются зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик: к.э.н., доцент _____ Н.Г. Маськова

Зав. выпускающей кафедрой:
по направлению _____ Л.И. Задорожная