Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: ПАНОВ Юрий Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.11.2023 15:57:21
Уникальный программный ключ:
e30ba4f0895d1683ed43800960e77389e6cbff62

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный геологоразведочный университет имени Серго Орджоникидзе"

(МГРИ)

Аннотация дисциплины (модуля)

Актуальные вопросы маркетинга в МСК

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Производственного и финансового менеджмента
Учебный план	m380401_23_EGM23.plx Направление подготовки 38.04.01 ЭКОНОМИКА
Общая трудоёмкость	3 ЗЕТ
Форма обучения	очная
Программу составил(и):	доктор экономических наук, профессор кафедры производственного и финансового менеджмента, Назарова З.М.
Семестр(ы) изучения	1;

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины «Актуальные вопросы маркетинга в минерально-сырьевом комплексе» - ознакомление обучающихся с современными тенденциями развития науки маркетинг, создание у будущих магистров-менеджеров целостного представления об особенностях и современном состоянии маркетинга в минерально-сырьевом комплексе (МСК) страны, основных проблемах современного маркетинга в МСК, а также о перспективах развития маркетинга на предприятиях МСК для исследования возможностей привлечения инвестиций в создание эффективной системы управления недропользованием, а также для формирования практических навыков использования инструментария маркетинга для разработки стратегии и тактики организации маркетинговой деятельности на предприятиях МСК.
1.2	Задачами изучения дисциплины являются:
1.3	усвоение обучающимися современных тенденций в развитии теоретических основ и общей методологии маркетинга;
1.4	ознакомление с современным состоянием практического маркетинга, в т.ч. в РФ;
1.5	ознакомление с особенностями использования достижений маркетинга в практической деятельности предприятий и организаций минерально-сырьевого комплекса;
1.6	получение представления о современных проблемах развития маркетинга, в т.ч. в МСК;
1.7	понимание и осознание объективной необходимости маркетинга в деятельности организаций и предприятий МСК в современных условиях;
1.8	овладение основами реальной практики маркетинга в целях обеспечения эффективной деятельности организаций и предприятий МСК;
1.9	ознакомление с перспективами развития маркетинга в МСК в современных экономических условиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4: Способен к подготовке экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации

Знать:

Порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации

типы корпоративных стратегий и программ организационного развития, принципы и параметры их проектирования

Уметь:

разрабатывать системы финансово-экономических показателей организации

проектировать корпоративную стратегию и программы организационного развития на основе результатов анализа внешней и внутренней среды организации; выявлять ее ключевые факторы и оценивать их влияние на эффективность работы организации.

Владеть:

контролем правильности осуществления расчетных операций

подходами к постановке целей компании; навыками оценки и анализа внутреннего ресурсного потенциала, внешней конкурентной среды.

ПК-5: Способен к стратегическому управлению ключевыми экономическими показателями и бизнес - процессами

Знать:

отечественный и зарубежный опыт рациональной организации экономической деятельности организации в условиях рыночной экономики

методы и инструментарии экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в современной глобальной среде.

Уметь:

применять методы формирования и использования баз данных организации

собирать и обрабатывать данные о внутренней и внешней среде организации, о поведении экономических агентов и рынков в глобальной среде для решения стратегических задач в интересах развития бизнеса.

Владеть:

методами поиска, анализа и оценки источников информации для проведения экономических расчетов

сбора и обработки необходимых данных; выбора и применения инструментальных средств для обработки данных; анализа и интерпретации экономической и стратегической информации о поведении экономических агентов и рынков в глобальной среде

В результате освоения дисциплины обучающийся должен**3.1 Знать:**

Порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации

отечественный и зарубежный опыт рациональной организации экономической деятельности организации в условиях рыночной экономики

3.2 Уметь:

разрабатывать системы финансово-экономических показателей организации

применять методы формирования и использования баз данных организации

3.3 Владеть:

контролем правильности осуществления расчетных операций

методами поиска, анализа и оценки источников информации для проведения экономических расчетов