

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа по дисциплине

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения


Очная


Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июля 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры
07.02 2018 г., протокол № 8
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:
 Фейлинг Т.Б.

Санкт-Петербург 2018

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области управления современной организацией с целью достижения высоких коммерческих/некоммерческих результатов.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний в области менеджмента;
- приобретение студентами системных практических навыков выполнения основных функций менеджмента;
- овладение методами менеджмента;
- ознакомление студентов с механизмом принятия решений и оценкой их эффективности;
- выработка умений в управлении персоналом, в управлении конфликтами, стрессами и изменениями.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Основы менеджмента» относится к базовой части ОПОП, обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина изучается студентами:

набора 2016;2017;2018 гг. в 3 семестре, объем дисциплины - 252 ак. часа, 7 з.е.

набора 2015года в 7 семестре, объем дисциплины - 252 ак. часа, 7 з.е.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Экономика», «Основы маркетинга», «Деловые коммуникации», относящаяся к базовой части ОПОП.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны:

- **знать:** законы развития экономики, общества, мышления;
- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; организовать свой труд; анализировать и оценивать социально-значимые явления, события, процессы;
- **владеть:** навыками самостоятельной, творческой работы; способностью к эффективному деловому общению, публичным выступлениям, переговорам, проведению совещаний, деловой переписке, электронным коммуникациям; способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

3. Результаты освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование части следующих компетенций:

Код компетенции	Компетенция
ОК-3	<i>способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</i>
ПК-1	<i>способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</i>
ПК-2	<i>владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы</i>

В результате освоения компетенций в рамках дисциплины «Основы менеджмента» обучающийся должен

Знать:

основные принципы, функции и приемы менеджмента;
принципы построения организационных структур и распределения функций управления;
формы участия персонала в управлении.

Уметь:

использовать полученные общие знания о менеджменте в профессиональной деятельности;
выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и коммуникационных кампаний.

Владеть:

традиционными и современными технологиями менеджмента;
способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.

Основные признаки проявления формируемых компетенций в результате освоения дисциплины «Основы менеджмента» сведены в таблице.

Таблица 1- соответствие уровней освоения компетенции ОП-3: *способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности*

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)				
	1.	2.	3.	4.	5.
минимальный	не владеет навыками анализа внешней среды организации	слабо ориентируется в компонентах внешней среды организации	Может изложить суть и влияние основных компонентов внешней среды	Способен обосновать угрозу и возможности компонентов внешней среды организации	Способен провести анализ компонентов внешней среды и установить их влияние на конкурентоспособность организации
	Не умеет анализировать конкурентоспособность продукции компании	не выделяет основные понятия конкурентоспособности	Может выделить основные критерии конкурентоспособности продукции компании	Способен сравнить критерии конкурентоспособности продукции компании с продукцией конкурентов	Способен аргументированно провести анализ конкурентоспособности продукции компании
	не знает сущность и специфику основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций	допускает грубые ошибки в понимании задач маркетинговых коммуникаций	Знает основные рабочие категории, однако не ориентируется в их специфике	Понимает специфику основных рабочих категорий	Способен дать критическую оценку изучаемого материала
базовый	не владеет навыками проведения маркетинговых исследований	ориентируется в понятиях маркетинговых исследований	Выделяет виды маркетинговых исследований.	Способен организовать проведение маркетинговых исследований	Способен провести маркетинговые исследования
	не умеет оценивать качество информации, служащей базой для определения различных рейтингов	выделяет основные идеи, прогнозирует их развитие	Оценивает ценность информации	понимает значимость и ценность информации	Способен анализировать эффективность информации, служащей базой для определения рейтингов
	не знает принципов интегрированных коммуникаций	показывает понимание сути применения интегрированных коммуникаций	Может изложить основные принципы интегрированных коммуникаций	Знает основные задачи коммуникаций в процессе взаимодействия с аудиториями организации	Способен выделить специфику маркетинговых коммуникаций в заданной проблемной области
продвинутый	не владеет навыками организационно-управленческой работы в коллективе	Ориентируется в функциях управления	Способен изложить принципы управления коллективом	Способен осуществлять организационно-управленческую деятельность в коллективе	Способен эффективно решать организационно-управленческие задачи организации
	не умеет проводить анализ основных конъюнктур-образующих факторов потенциальных рынков сбыта	выделяет основные факторы, определяющие конъюнктуру рынков сбыта	Ориентируется в методах анализа факторов, определяющих конъюнктуру рынков сбыта	Способен проводить анализ факторов, определяющих конъюнктуру рынков сбыта	Способен использовать данные анализа факторов, определяющих конъюнктуру рынков сбыта в целях организации
	не знает основных форм и методов маркетинговой деятельности	Ориентируется в специфике методов маркетинговой деятельности	Может изложить основные концепции маркетинговой деятельности	Способен обосновать форму маркетинговой деятельности компании	Владеет системными знаниями форм и методов маркетинговой деятельности

Таблица 2- соответствие уровней освоения компетенции ПК-1: способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)				
	6.	7.	8.	9.	10.
минимальный	не владеет практическими навыками управления имиджем компании	плохо ориентируется в терминологии и значении имиджа компании	Способен выделить основные идеи повышения имиджа компании	Владеет навыками разработки мероприятий повышения имиджа компании	Способен осуществить анализ эффективности мероприятий повышения имиджа компании
	не умеет планировать и организовывать рекламные кампании и мероприятия	не выделяет основные цели рекламных мероприятий	Способен показать суть планирования рекламных мероприятий	Способен представить ключевую проблему в ее связи с другими процессами	Может соотнести основные задачи рекламной кампании со стратегическим развитием организации
	не знает основ профессиональной деятельности в области рекламы и СО	Ориентируется в специфике профессиональной деятельности в области рекламы и СО	Знает правовые и рекомендательные основы профессиональной деятельности в области рекламы и СО	Понимает специфику правовых основ деятельности в области рекламы и СО	Владеет системными знаниями и пониманием профессиональной деятельности в области рекламы и СО
базовый	не владеет методами повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок	слабо ориентируется в терминологии и процессе продвижения товаров и услуг на рынок	Владеет навыками поиска и систематизации ключевой информации о состоянии рынка, но не способен применить ее на практике	Способен разработать мероприятия по повышению имиджа компании	Способен сравнивать концепции, аргументированно излагать материал по выбору методов повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок
	не умеет разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда	выделяет основные цели маркетинговой стратегии позиционирования бренда	Способен актуализировать маркетинговую стратегию позиционирования бренда	Способен выделить и сравнить цели маркетинговой стратегии позиционирования бренда	Аргументированно оценивает возможности осуществления цели маркетинговой стратегии позиционирования бренда
	не знает сущности маркетинговой деятельности компании	допускает грубые ошибки в понимании задач маркетинговой деятельности	Знает основные рабочие категории, однако не ориентируется в их специфике	Понимает специфику маркетинговой деятельности компании	Способен дать критическую оценку маркетинговой деятельности компании
продвинутый	не владеет навыками разработки рекламной кампании и PR-кампании	слабо ориентируется в терминологии и процессе коммуникационных кампаний	Владеет навыками поиска и систематизации, но не способен свободно изложить материал	Свободно излагает материал, однако не демонстрирует навыков сравнения основных идей и концепций	Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает материал
	не умеет использовать профессиональные знания в практической работе отдела по рекламе и связям с общественностью;	выделяет основные профессиональные требования, предъявляемые к специалисту отдела по рекламе и связям с общественностью (СО)	Владеет профессиональными знаниями по работе отдела по рекламе и связям с общественностью	Способен организовать деятельность отдела рекламы и СО	Владеет профессиональными знаниями и способен применить их в практической работе отдела по рекламе и СО.
	не знает сущность и специфику	допускает грубые ошибки в	Знает основные рабочие катего-	Понимает специфику основных	Способен дать критическую

	основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций	понимании задач маркетинговых коммуникаций	рии, однако не ориентируется в их специфике	рабочих категорий	оценку изучаемого материала
--	---	--	---	-------------------	-----------------------------

Таблица 3- соответствие уровней освоения компетенции ПК-2: *владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы*

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)				
	11.	12.	13.	14.	15.
минимальный	не владеет навыками оперативного планирования деятельности организации	плохо ориентируется в терминологии и содержании оперативной деятельности организации	Способен выделить основные цели оперативного планирования деятельности организации	Владеет навыками планирования коммуникационных кампаний и мероприятий	Способен разработать план оперативной деятельности организации
	не умеет организовывать собственную деятельность в организации	выделяет основные цели профессиональной деятельности	Способен изложить суть профессиональной деятельности	Способен представить ключевую проблему профессиональной деятельности	Может соотнести основные задачи профессиональной деятельности специалиста с общими задачами компании
	не знает принципов групповой работы	Понимает синергетический эффект групповой деятельности	Выделяет особенности профессиональной деятельности в группе	Понимает специфику работы в профессиональной группе	Способен дать критическую оценку эффективности групповой работы
базовый	не владеет навыками стратегического планирования	слабо ориентируется в терминологии и процессе стратегического планирования	Способен выделить основные задачи стратегического планирования	Владеет навыками разработки стратегии развития организации	Способен осуществить анализ стратегии развития организации
	не умеет использовать профессиональные знания в практической работе отдела по рекламе и связей с общественностью;	выделяет основные профессиональные требования, предъявляемые к специалисту отдела по рекламе и связей с общественностью (СО)	Владеет профессиональными знаниями по работе отдела по рекламе и связей с общественностью	Способен организовать деятельность отдела рекламы и СО	Владеет профессиональными знаниями и способен применить их в практической работе отдела по рекламе и СО.
	не знает основ профессиональной деятельности в менеджменте	Ориентируется в специфике профессиональной деятельности в области менеджмента	Знает правовые и рекомендательные основы профессиональной деятельности в области менеджмента	Понимает специфику правовых основ деятельности в области менеджмента	Владеет системными знаниями и пониманием профессиональной деятельности в области менеджмента
продвинутый	не владеет методами научной деятельности в области менеджмента	ориентируется в терминологии и содержании научных подходов	понимает основную идею, однако плохо связывает ее с существующей проблематикой	Видит источники современных проблем в методах современного менеджмента	способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности
	не умеет самостоятельно работать с рекомендуемой литературой и информационными источниками для подготовки теоретических и практических	Понимает ценность информационных источников и эффективность их применения в рамках реализуемой задачи	Знает принципы самообразования и важность накопления знаний в профессиональной деятельности	Способен выделить и сравнить характеристики информационных источников для подготовки теоретических и практических зада-	Способен работать с большими объемами информации и умеет применять ее для подготовки теоретических и практических

	тических и практических заданий в рамках реализуемой задачи			ний в рамках реализуемой задачи	заданий в рамках реализуемой задачи
	не знает специфики и основного содержания профессиональной деятельности	допускает ошибки в понимании специфики профессиональной деятельности	Способен изложить основное содержание профессиональной деятельности	Знает содержание и этику профессиональной деятельности	Способен эффективно вести профессиональную деятельность

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины составляет:

для 2015, 2016, 2017, 2018 гг. набора 7 зачетных единицы, 252 ак. часа;

4.1. Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в академических часах)

Объем дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общий объем дисциплины	252		
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	72		
в том числе:			
лекции	36		
практические занятия	36		
семинарские занятия			
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	180		
в том числе:			
курсовая работа			
контрольная работа			
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	Экзамен		

4.2. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Практич.	Самост. работа			
Раздел 1. Методологические основы менеджмента	Тема 1.1 Сущность менеджмента, эволюция его теории и практики	2	2	2	15	Дискуссия, доклады по актуальным вопросам темы	2	ОК-3; ПК-2
	Тема 1.2. Функции и методы менеджмента	2	4	4	15	Обсуждение актуальных вопросов темы, решение задач	4	ОК-3; ПК-2
	Тема 1.3. Организация как объект менеджмента	2	2	2	15	Обсуждение актуальных вопросов те-	2	ОК-3; ПК-2 ПК-1

						мы, сообщения		
Раздел 2. Управление организацией	Тема 2.1. Типы организационных структур.	2	2	2	15	Решение ситуационных задач, сообщения	2	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.2. Организационная культура.	2	4	6	20	Решение ситуационных задач, сообщения	6	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.3. Принятие управленческих решений	2	4	4	15	Сообщения, разбор кейсов, доклады.	4	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.4. Управление персоналом организации	2	4	4	15	Решение задач, разбор кейсов, сообщения	4	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.5. Коммуникации в управлении организацией	2	4	2	20	Сообщения, решение ситуационных задач	2	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.6. Власть и лидерство	2	4	4	20	Решение ситуационных задач, диспут	4	ПК-2 ПК-1
Раздел 3. Современный менеджмент	Тема 3.1. Стратегическое и антикризисное управление	2	6	6	20	Обсуждение проблемных вопросов теоретического материала. Разбор кейсов, решение задач	6	ОК-3; ПК-2 ПК-1
	ИТОГО		36	36	153		36	

4.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Методологические основы менеджмента

Тема 1.1 Сущность менеджмента, эволюция его теории и практики

Экономические основы управления. Использование в управленческой деятельности законов и закономерностей поведения людей при производстве, обмене, распределении и потреблении. Понятие, предмет, объект теории управления. Особенности современного менеджмента. Общие и специфические цели менеджмента. Субъект и объект менеджмента. Принципы управленческой деятельности.

Основополагающие школы управления: школа научного управления, школа административного управления, школа человеческих отношений и науки о поведении, а также науки управления, или количественных методов. Взгляды на де-

тельность менеджера в контексте эволюции управленческой мысли. Классическое направление. «Научный менеджмент» Ф.У.Тейлора. Вклад российских ученых в НОТ. Концепция «идеальной бюрократии» М.Вебера. Административная школа А.Файоля. Школа человеческих отношений. Хоторнские эксперименты, Э. Мэйо. Количественные методы в менеджменте. Основные направления развития менеджмента как научного направления в начале XXI века.

Проблемы и задачи практического менеджмента на современном этапе.

Тема 1.2. Функции и методы менеджмента.

Функции менеджмента, их взаимосвязь. Функции управления по А.Файолю, Мескону, М.П. Переверзеву. Функция планирования и ее процессы. Цель, задачи функции планирования. Уровни планирования. Бизнес-план организации. Принципы и методы планирования. Функции организации. Составляющие функции организации. Мотивация. Мотивационные процессы в организации. Внешняя и внутренняя мотивация, их различия. Требования к системам контроля. Объект организационного контроля. Типы контроля (предварительный, текущий, заключительный). Этапы процесса контроля. Разработка стандартов и критериев, сравнение результатов со стандартами и критериями, принятие управленческих действий. Характеристики эффективного контроля по У. Ньюмену. Взаимосвязь контроля и планирования деятельности организации. Задачи современной системы управленческих функций.

Методы управления: административные, организационно-правовые, экономические и социально-психологические, их особенности.

Тема 1.3. Организация как объект менеджмента

Организация: понятие и черты. Роль организаций в обществе. Общие характеристики организации: люди, наличие общей цели и задачи, технологии, разделение труда (вертикальное и горизонтальное). Среда организации: зависимость от внешней и внутренней среды, подразделения (структура), управление организацией.

Ситуационные характеристики рабочей группы: размер группы, ее пространственное расположение, система вознаграждения. Процессы жизнедеятельности организации.

Основные законы развития организации: закон синергии, закон самосохранения, закон развития, закон информированности.

Понятие организационной структуры управления. Элементы структуры управления организацией: звенья (отделы) управления, уровни (ступени) управления

Раздел 2. Управление организацией

Тема 2.1. Типы организационных структур.

Трансформация взглядов на построение организационных структур и распределение властных полномочий в организациях (от Адама Смита до современных воззрений). Типы организационных структур (линейная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная), их преимущества и недостатки.

Тема 2.2. Организационная культура.

Понятие организационной культуры. От «корпоративного духа» А. Файоля к современному пониманию организационной культуры. Подходы к анализу организационной культуры. Три уровня организационной культуры Э.Шайна. Характеристики организационной культуры по П. Харрису и Р. Морану. Оценка организационной культуры (OCAI) и использование результатов ее анализа (К. Камерон и Р. Куинн). Формирование, поддержание и изменение организационной культуры. Национальные факторы в организационной культуре. Модель Г. Хофштеде. Организационная культура в глобальных корпорациях.

Тема 2.3. Принятие управленческих решений

Принятие решений как один из основных видов деятельности менеджера. Классификационные признаки управленческих решений. Условия принятия решений: определённость, риск, неопределённость. Подходы к принятию решений. Интуиция, ограниченная рациональность, рациональность. Этапы рационального принятия решений. Количественные и качественные методы принятия решений. Индивидуальные стили принятия решения. Единоличное и групповое принятие решений: трансформация взглядов в науке управления. Типы групповых решений, их достоинства и недостатки. Уровни участия подчиненных в принятии решений (В. Врум, А. Джаго). Психологические ловушки, связанные с принятием решений (Дж. Хэммонд, Р. Кини, Г. Райффа).

Тема 2.4. Управление персоналом организации

Персонал организации. Роли сотрудников в деятельности организации, управление человеческими ресурсами: воззрения различных школ управления. Понятие мотивации. Современные теории мотивации: содержательные (А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд, Ф. Герцберг) и процессуальные (теория ожиданий, теория справедливости, модель Портера-Лоулера).

Современные подходы к управлению персоналом организаций. Стили управления персоналом: «Теория X», «Теория Y» и теория «Z». Функции контроля – «посредничество» между планами и деятельностью.

Тема 2.5. Коммуникации в управлении организацией

Понятие «коммуникации». Коммуникации между организацией и внешней средой. Коммуникационный процесс в организации. Виды и роли организационных коммуникаций. Коммуникационные каналы, их емкость. Формальные и неформальные коммуникации в организациях. Командные коммуникации. Коммуникационные сети. Преграды при коммуникациях и их преодоление (по Р. Дафту). Информация в организации. Роль информационных технологий в организационных коммуникациях и в коммуникациях организации с элементами внешне-организационного окружения)

Тема 2.6. Власть и лидерство

Понятие власти и лидерства. Эволюция взглядов на лидерство с позиции различных школ управления. Типология власти по Р. Френчу и Б. Рейвену. Теория «Х» и теория «Y» Д. МакГрегора. Континуум лидерского поведения по Таннебауму и Шмидту. Теория лидерских качеств Р. Стогдилла. Концепции лидерского поведения. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутон. Ситуационные теории лидерства. Модель ситуационного лидерства П. Херси и К. Бланшара. Теория «путь-цель» Р. Хауза и Т. Митчелла. Современные теории лидерства. Субституты и нейтрализаторы лидерства (С. Керр и Дж. Джермиер). «Двигатели» лидерства Н. Тичи. Понятие о разделенном лидерстве.

Раздел 3. Современный менеджмент

Тема 3.1. Стратегическое и антикризисное управление

Сущность и необходимость стратегического управления. Составляющие стратегического управления. Этапы стратегического управления: анализ среды, определение миссии и целей организации, формирование и выбор стратегии, реализация стратегии, оценка и контроль выполнения стратегии. Результаты реализации стратегии.

Сущность экономического кризиса. Причины и последствия кризисов. Необходимость и возможность антикризисного управления. Признаки и особенности антикризисного управления. Основные черты антикризисного управления. Технология разработки управленческих решений в антикризисном управлении. Контроль кризисных ситуаций в механизмах антикризисного управления. Государственное регулирование кризисных ситуаций и кризисы в системе государственного регулирования. Механизмы антикризисного управления.

4.4. Семинарские, практические, занятия, их содержание

№ п/п	№ раз-дела	Тематика практических занятий	Форма проведения	Формируемые ком-
--------------	-------------------	--------------------------------------	-------------------------	-------------------------

	дисциплины			петенции
Раздел 1.	Тема 1.1.	Глобальные процессы развития экономики и общества.	Дискуссия, обсуждение	ОК-3;ПК-2
	Тема 1.2.	Сущность современного менеджмента.	Обсуждение актуальных вопросов темы, разбор кейсов	ОК-3; ПК-2
	Тема 1.3.	Регистрация предприятия. Лицензирование деятельности предприятия	Обсуждение нормативных документов. Доклады	ОК-3; ПК-2 ПК-1
Раздел 2.	Тема 2.1.	Современные подходы к структурированию компании	Решение ситуационных задач, сообщения	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.2.	Корпоративная культура в национальных и глобальных организациях.	Решение ситуационных задач. Обсуждение актуальных вопросов темы. Сообщения.	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.3.	Последствия управленческих решений (на примере) Управление в компаниях Японии, Европы, США	Диспут. Анализ кейсов. Сообщения.	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.4.	Содержательные и процессуальные теории мотивации. Основные приемы мотивации для повышения трудовой активности.	Доклады, разбор кейсов, дискуссия	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.5.	Роль коммуникации в процессе управления и в деятельности менеджера. Интегрированные коммуникации.	Дискуссия, разбор кейсов	ПК-2 ПК-1
	Тема 2.6.	Власть и лидерство в современном управлении	разбор кейса, решение ситуационных задач, обсуждение актуальных вопросов темы.	ПК-2 ПК-1
Раздел 3.	Тема 3.1	Стратегический план развития экономики России. Обсуждение статей закона РФ. Банкротство компаний.	Обсуждение проблемных вопросов теоретического материала. Разбор кейсов	ОК-3; ПК-2 ПК-1

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости Предусмотрены следующие виды контроля и аттестации обучающихся при освоении дисциплины:

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются:

- собеседование, дискуссия, доклады;

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие типы контроля:

- практические задания.
- проектное задание.

5.1. Образцы заданий текущего контроля

А). Темы докладов, сообщений

1. Имена в менеджменте (цикл докладов и сообщений)
2. Давление внешней среды на организацию
3. Уровни стратегического управления для диверсифицированной и недиверсифицированной организации.
4. Учет интересов собственников компании при целеполагании.
5. Макросреда организации: основные направления стратегического анализа.
6. Основные движущие силы, вызывающие изменения в отрасли
7. Корпоративная культура в национальных и глобальных организациях.
8. Определение ключевых факторов конкурентного успеха
9. Порядок проведения ситуационного стратегического анализа.
10. Выбор стратегии инвестиций
11. Отраслевая привлекательность в отрасли: объективные характеристики.
12. SWOT-анализ организации: цели и порядок проведения.
13. Отечественная экономика и современный кризис.
14. Ситуационные модели руководства.
15. Основные подходы к оценке бизнеса

Примеры дискуссионных тем.

1. Креативное образование менеджера.
2. Бизнес-инкубатор как новая для России форма организации.
3. Принципы проектирования оптимальных систем мотивации труда.
4. Создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
5. Мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации.
6. Организационно-управленческая работа с малыми коллективами.

7. Квалификация и общий культурно-профессиональный уровень сотрудников организации.
8. План стратегического развития РФ.
9. Мировые кризисы.
10. Стили управления в компаниях Японии, Европы, США
11. Менеджеры-лидеры и малые инновации.
12. Успешные стратегии выхода из кризиса.
13. Анализ причин слияния и поглощения компаний (на примерах)

Б). Пример кейса (анализ кейса)

Стартап «Брутальные десерты».

BraveGoodies – недавно стартовавший Российский интернет - проект специализирующийся на десертной продукции. «Брутальные десерты» состоящее из таких оригинальных позиций как, брауни с беконом, соленая карамель, васаби кейк, банан чили кейк, ориентированы на мужчин и женщин (возрастные границы сегмента рынка: от 18 до 35 лет). Участники проекта: индивидуальные предприниматели Софья Мадвекс (руководитель проекта) и Антон Садчиков (шеф-повар).

Проанализировав рынок, поискав конкурентов, оказалось, что данная ниша совершенно свободна — и в России, и за границей. Единственная страна, где есть подобное позиционирование, — это Новая Зеландия.

На старте бизнес проекта каждый участник проекта вложил в Brave Goodies по 10 000 — 15 000 руб. Около 5000 — 7000 руб. в месяц уходило на продукты, полиграфию, аренду места под мероприятия. Им удалось за два мероприятия — Ресторанный День и Праздник Шоколада — отбить первоначальные вложения. Примерная прибыль за два события составила около 40 000 руб. без учета расходов.

Большой толчок проекту дал фестиваль «Ода! Еда». Сейчас участники могут позволить увеличение штаба сотрудников (курьера и второго повара).

Проект работает в сегментах B2C и B2B: работает онлайн-доставка, принимается участие в различных мероприятиях, идет сотрудничество с кофейнями и барами, которые закупают продукцию и продают десерты у себя.

Выбор узкой ниши с одной стороны является преимуществом, с другой — сложностью. Проект Brave Goodies уникален: у него нет аналогов в Москве и Питере, соответственно нет прямых конкурентов. Но такой вид неординарной продукции настораживает основной контингент людей привыкшие к «консервативной» продукции.

По началу Софья и Антон позиционировали свою продукцию как «мужские десерты» но проведя опрос и несколько мероприятий выяснилось что девушки интересуются проектом больше, чем парни. Концепция «сладости для мужчин» заменилась на «брутальные десерты».

Brave Goodies только начал набирать реальные обороты. К концу года прогнозируется увеличение оборотов как минимум на 40-50%. Организаторы активно занимаются расширением мест (кафе и баров, продуктовых лавок) в

Петербурге и в Москве, где можно попробовать и приобрести данную продукцию. В настоящее время их партнерами являются шесть мест в Петербурге: три бара, сырная лавка и две кофейни. В ближайшее время планируется обновить меню, внести новые позиции.

Как и любой стартап, проект нуждается в инвестициях. Объемы производства значительно растут, поэтому требуется профессиональное оборудование (чтобы собрать 250 000 руб. проект был представлен на Boomstarter)

Дальнейшее развитие проекта, как открытие собственного заведения, на данный момент является затруднительным из-за недостатка финансовых средств.

Задания

Проведите анализ внешней среды компании. Оцените ресурсы компании.

Оцените возможности развития компании на рынках Санкт-Петербурга и Москвы.

Предложите стратегию развития стартапа.

В). Ситуационная задача

«Асфальтовый» конфликт

Компания «Ориа», занимающаяся реализацией драгоценных украшений, активно расширяет сеть своих салонов. Восьмой салон через месяц открывается в провинциальном городе Арзамас. Это отдельно стоящее одноэтажное здание с благоустройством и минипарковкой. Именно с благоустройством территории у компании и возникли проблемы.

Руководство компании решило заасфальтировать территорию вокруг здания. Для выполнения этой работы была приглашена фирма «Дорремстрой». Нужно сказать, что они монополисты в этом городе. Работники «Дорремстроя» работали за 50% авансовой выплаты и за 5 дней выложили асфальт. Руководство «Ориа» приехало принимать работу и ужаснулось. Покрытие территории вокруг офиса представляло собой плохо укатанную асфальтовую крошку с заплатками. Естественно, работу «Ориа» не приняла. Представителей «Дорремстрой» возмутил такой исход. Они говорили о том, что весь асфальт в городе делали они, что работа выполнена качественно. На непоколебимость «Ориа» в своей оценке «Дорремстрой» прореагировал тем, что через полчаса пригнал технику и собрал весь выложенный асфальт, а руководитель «асфальтного» предприятия пригрозил опубликовать во всех местных газетах негативные статьи о магазине драгоценных украшений. И не обманул. Управляющий новым салоном активно начал обзванивать все местные редакции через несколько дней – в одной из них лежала на рассмотрении «разгромная» статья. Однако в результате переговоров удалось убедить редактора в неправомерности публикации информации об «Ориа».

Через несколько дней в городе появилась газета (по-видимому, выпускаемая самим же «Дорремстрой») со статьей на первой полосе следующего содержания:

« «Дорремстрой» свою работу сделал добросовестно и в срок... Более того, в процессе укладки асфальта возникли непредвиденные сложности. Выяснилось, что площадь асфальтируемой территории несколько увеличилась. За свой счет ООО «Дорремстрой» заасфальтировал обнаружившийся небольшой кусок.

Множество огрехов старого покрытия пришлось дорожникам исправлять также бесплатно... При этом работники «Ориа» во время работ дорремстроям ни разу не сделали замечаний. Все вроде бы шло нормально. Но на днях приехал представитель «Ориа» из головного офиса и, очевидно, решил показать себя истинным оценщиком сделанных работ. В общем, он был крайне недоволен... «Ориа» оказалась ненадежным партнером. В результате, почему бы не задаться вопросом: а будут ли горожане покупать здесь драгоценные изделия. В общем, как говорил поэт: «Все это было бы смешно, когда бы не было так грустно»...»

На следующий день руководитель «Дорремстроя» позвонил директору «Ориа» и предложил перемирие. Газету, по его словам, они изъяли из обращения.

Задание

Как разрешить конфликт? Предложите варианты решения руководству «Ориа».

Задание 2

Управление организацией, занимающейся коммерческой деятельностью, – это менеджмент; управление госбюджетной организацией, выполняющей определенные социальные функции, – тоже менеджмент. Но управление этими организациями во многом различается.

Сформулируйте основные различия между первым видом управления (коммерчески ориентированным менеджментом) и вторым его видом (социально ориентированным менеджментом).

Г). Выполнение курсовой работы

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

5.2. Самостоятельная работа студентов

Важнейшей особенностью обучения в высшей школе является высокий уровень самостоятельности студентов в ходе образовательного процесса. Эффективность самостоятельной работы зависит от таких факторов как:

- уровень мотивации студентов к овладению конкретными знаниями и умениями;
- наличие навыка самостоятельной работы, сформированного на предыдущих этапах обучения;
- наличие четких ориентиров самостоятельной работы.

5.3. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме устного экзамена по темам курса.

Примерные вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Понятие, предмет, метод и категории теории управления
2. Основные понятия менеджмента
3. Цель и задачи менеджмента
4. Субъекты и объекты менеджмента

5. Функции менеджмента: специфические и общие.
6. Функции управления по А.Файолю, А.Мескону, М.П. Переверзеву
7. Методы управления: административные, организационно-правовые, экономические и социально-психологические.
8. Школы управления: научная школа управления
9. Школы управления: административная школа управления
10. Школы управления: школа человеческих отношений (неоклассическая школа)
11. Организация: основные понятие и характеристики.
12. Типы организационных структур. Достоинства и недостатки организационных структур.
13. Проектирование организационной структуры управления.
14. Жизненный цикл организации
15. Основные закономерности развития организации
16. Виды организаций.
17. Внешняя среда организации. Зависимость от внешней среды.
18. Внутренняя среда организации. Ресурсы организации.
19. Вертикальное и горизонтальное разделение труда.
20. Роли руководителя организации. Управленческие роли по Г. Минцбергу.
21. Иерархия уровней управления.
22. Цели и миссия организации. Метод управления по целям.
23. Составляющие эффективного управления.
24. Характеристика основных организационно-правовых форм функционирования предприятий
25. Три уровня организационной культуры Э. Шайна.
26. Классификация и структура персонала предприятия
27. Цели кадровой политики организации
28. Разработка мотивационной политики организации
29. Функция планирования: понятие, цели и задачи планирования
30. Функция организации. Составляющие функции организации
31. Функция мотивации. Мотивационные процессы в организации
32. Содержательные теории мотивации
33. Процессуальные теории мотивации
34. Способы вознаграждения в менеджменте.
35. Содержание и классификация управленческих решений
36. Процесс принятия управленческих решений
37. Методы разработки и принятия управленческих решений
38. Эффективность и качество управленческого решения
39. Составляющие стратегического управления
40. Этапы стратегического управления
41. Характеристика современного менеджмента
42. Классификация и структура персонала предприятия.
43. Концепции лидерского поведения. Управленческая решетка Р. Блейка - Дж. Моутона.
44. Современные функции менеджмента

45. Социальная ответственность менеджмента
46. Коммуникационный менеджмент. Виды и формы коммуникаций в организации.
47. Виды и роли организационных коммуникаций.
48. Коммуникационные каналы, их емкость.
49. Антикризисное управление. Государственное регулирование кризисных ситуаций.
50. Функции и средства антикризисного управления.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а). Основная литература:

1. [Балашов А. П.](#) Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 288 с.
2. [Егоршин А. П.](#) Основы менеджмента: Учебник/Егоршин А.П., 3-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 350 с.
3. [Радюкова Я. Ю.](#) Основы менеджмента : учеб. пособие / Я.Ю. Радюкова, М.В. Беспалов, В.И. Абдукаримов [и др.]. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 297 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24007.

б). Дополнительная литература:

1. Витевская, О.В. Сборник тестов с пояснениями по дисциплине «Менеджмент» [Текст] : учеб. пособие / Витевская О. В. ; ПГУТИ, Кафедра Э и ОП. - Самара : ИНУЛ ПГУТИ, 2013. - 107 с.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Market-driven management: Стратегический и операционный маркетинг/Ж.Ж.Ламбен, Р. Чумпитас, И.Шулинг; Пер. с англ, под ред. В. Б.Колчанова.-2-е изд.-СПб.: Питер, 2010.-720 с. -(Классика МВА).
3. Мескон, М. Основы менеджмента [Text] = Management : пер. с англ. / М. Мескон, М. Алберт, Ф. Хедоури. - М. : Дело, 2005. - 720 с.
4. Муравьев А.И., Игнатъев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес: экономика, организация, финансы. Учебное пособие. – СПб.: ВАТТ, 2010
5. Ли Якокка. Карьера менеджера. Москва: Прогресс, 1999, 773 с. URL: <https://mysocrat.com/book-card/12826-karera-menedzhera/>
6. Практикум по менеджменту. Конкретные ситуации, тесты, задачи и курсовые проекты [Текст] : учеб. пособие для вузов / СПбГУ ИТМО ; ред. В. И. Подлесных. - СПб. : Бизнес-пресса, 2001. - 272 с.

в). Периодические издания:

1. Экономический вестник. – М.: Международный центр финансово-экономического развития.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по работе во время лекционных занятий

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектировать учебный материал представляемый преподавателем. Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

1. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

2. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

3. Ссылки на первоисточники отмечать на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их в текст конспекта.

4. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

5. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

6. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, формирование у них определенных умений и навыков, формирование части компетенции.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Подготовка к зачёту/экзамену. При подготовке к промежуточной аттестации необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и выполнение заданий на практических занятиях.

Процедура проведения экзамена и шкала оценивания результатов.

Экзамен проводится по билетам путем устного собеседования. В каждом билете два теоретических вопроса. Дополнительные вопросы могут быть заданы экзаменатором, как по билету, так и по теоретическому курсу дисциплины.

Ответ студента оценивается по 4-х бальной шкале: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно

8. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Тема 1.1 Сущность менеджмента, эволюция его теории и практики	чтение лекций, дискуссии, сообщения	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 1.2. Функции и методы менеджмента	чтение лекций, обсуждения, решение задач	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 1.3. Организация как объект менеджмента	чтение лекций, дискуссии, решение ситуационных задач	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 2.1. Типы организационных структур.	чтение лекций, сообщения, решение задач	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 2.2. Организационная культура.	чтение лекций, решение ситуационных задач	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 2.3. Принятие управленческих решений	чтение лекций, сообщения, решение задач, дискуссия	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 2.4. Управление персоналом организации	чтение лекций, презентации, решение задач	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 2.5. Коммуникации в управлении организацией	чтение лекций, презентации, решение задач	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Тема 2.6. Власть и лидерство	чтение лекций, сообщения, решение задач	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium;

		Интернет
Тема 3.1. Стратегическое и антикризисное управление	чтение лекций, сообщения, презентация	Microsoft Office 2010 Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования.

Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Аудитория для самостоятельной работы - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.