

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

1. Цель освоения дисциплины

Формирование у будущих специалистов базовых знаний, умений и навыков по основным направлениям экономики предпринимательских проектов и процессов их реализации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы менеджмента» относится к базовой части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Основы менеджмента» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы маркетинга», «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Современная пресс-служба», «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью», «История рекламы», «История связей с общественностью».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Корпоративный менеджмент», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Медиапланирование», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Политическая реклама», «Социальная реклама», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью 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 (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства, управления конфликтами;

уметь

- анализировать всю сложную совокупность факторов внутренней и внешней среды и их влияние на эффективность деятельности организации;
- определять положение организации относительно ее жизненного цикла;
- пользоваться основными законами организации при решении ситуационных задач;
- проводить анализ организационных структур управления в рамках проектирования и реорганизации организации;
- осуществлять контроль в системе менеджмента;
- находить рациональное решение проблемы;

владеть

- способностью анализировать развитие и закономерности функционирования организации;
- передовыми методами планирования и управления на любом уровне организации;
- способностью реагировать на течение законов организации;
- методами организационного проектирования;
- навыками самоконтроля в системе менеджмента;
- способностью собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить аналитический отчет.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 16 ч., СРС – 83 ч.),

распределение по семестрам – 4 курс, зима, 4 курс, лето,

форма и место отчётности – экзамен (4 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Развитие менеджмента в прошлом и настоящем.

Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения менеджмента. Школы менеджмента. Суть управленческой деятельности. Определение управления. Основные понятия о функциях управленческой деятельности. Профессия – менеджер. Сравнительная характеристика менеджера и предпринимателя. Сущность менеджмента как совокупности науки и искусства. Менеджер в современной организации. Планирование в организации.

Развитие организации. Законы организации.

Организация как система. Классификация организаций. Закон синергии. Закон информированности – упорядоченности. Закон самосохранения. Закон единства анализа (синтеза). Закон развития. Закон композиции и пропорциональности. Специфические законы социальной организации.

Организация, контроль в системе менеджмента.

Организационные структуры. Типы организационных структур. Организация взаимодействия и полномочия. Организационное проектирование. Регулирование и контроль в системе менеджмента.

Мотивация в теории менеджмента. Коммуникации как связующие процессы в управлении.

Мотивация деятельности. Коммуникации в менеджменте: этапы и стадии коммуникационного процесса; способы сбора, обработки, передачи и получения информации; преграды и причины неэффективной коммуникации.

6. Разработчик

Гомаюнова Тамара Михайловна, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и экономики образования.