

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
 «Московский финансово-юридический университет МФЮА»
 Документ: 672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79
 Информация о владельце:
 ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 05.03.2022 21:01:19
 Уникальный программный ключ:
 Рассмотрено и одобрено на заседании
 учебно-методического совета

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 В.В. Шутенко
 личная подпись инициалы, фамилия

« 26 » июля 2021 г.

Протокол № 11 от 26.07.2021

Председатель совета

 В.В. Шутенко
 личная подпись инициалы, фамилия

д-р экон. наук Федорова Наталья Валентиновна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы менеджмента

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 (код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
 (наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная
 (очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 5 (з.е.)

Всего учебных часов: 180 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Экзамен	3	4	4

Москва 2021 г.

Год начала подготовки студентов - 2021

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся теоретические знания и практические умения и навыки в сфере основ менеджмента для решения стандартных задач в профессиональной деятельности
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> -формирование теоретических знаний об основных понятиях менеджмента и истории развития управленческой мысли; -изучение содержания процесса управления, функций управления, организационных структур управления, моделей принятия решений и методов управления в менеджменте; -привитие студентам навыков и умений поиска и обработки информации, необходимой для анализа внешней и внутренней среды организации для целей принятия управленческих решений и разработки стратегии развития организации; -изучение основ разработки и принятия управленческих решений; -приобретение комплекса знаний в области управленческого труда менеджеров и деятельности аппарата управления; -формирование теоретических знаний и формирование навыков коммуникаций, применения информационных технологий, делового общения и разрешения конфликтов; -изучение вопросов лидерства, власти и руководства, теорий лидерства и руководства и их практического использования в практике управления; -выработка навыков практического применения полученных при изучении дисциплины "менеджмент" знаний на основе выполнения практических заданий, кейсов и других форм практического обучения, необходимых для решения стандартных задач в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Русский язык и культура речи Экономика
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.
Степень сформированности компетенций**

Индикатор	Название	Планируемые результаты обучения	ФОС
УК1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		

УК-1.1	Знать: методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа	Знает основы методологии в сфере основных научных школ менеджмента; современных подходов к системам управления; методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в менеджменте; метод системного анализа процесса управления	Тест
УК-1.2	Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач	Умеет применять основы методологии в сфере основных научных школ менеджмента; современные подходы к системам управления; методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в менеджменте; метод системного анализа процесса управления	Выполнение реферата
УК-1.3	Владеть: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач	владеет навыками применения основ методологии в сфере основных научных школ менеджмента; современных подходов к системам управления; методик поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в менеджменте; метода системного анализа процесса управления	Кейс
ОПК5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования			
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает основы и методологию в сфере маркетинговых исследований; принципы, функции, методы проведения маркетинговых исследований с целью определения политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Тест

ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Умеет применять принципы маркетинговых исследований с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Кейс
---------	---	--	------

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Индикаторы
1.	Общие положения и основные понятия дисциплины менеджмент	Понятие и задачи менеджмента. Понятия "управление" и "менеджмент": сходство и различия между ними. Виды управления. Понятие системы управления. Субъект и объект управления. Принципы управления.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
2.	История развития управленческой мысли	Эволюция управленческой мысли. Классическая школа управления. Школа «человеческих отношений». Теория потребностей А. Маслоу. Теория мотивации Ф. Херцберга. Теория стилей руководства Д. Макгрегора. «Новая школа науки управления». Теория «Z» и теория «A» У. Оучи. Системный подход в управлении. Ситуационный подход в управлении. Процессный подход в управлении. «Тектология» А. А. Богданова. Советская управленческая мысль в 1930-1990 гг. Концепция современного постиндустриального общества. Основные современные подходы к менеджменту . Неоклассический менеджмент постиндустриального общества. Японская школа менеджмента. Американская школа менеджмента. Европейская школа менеджмента.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2

3.	Цели и основные функции менеджмента. Цели и функции маркетинговых исследований в организации.	<p>Понятие цели в менеджменте. Видение, миссия и цели организации. Требования к формированию целей организации. Типология целей в управлении. Общая характеристика основных функций менеджмента. Функция планирования. Функция организации.</p> <p>Организационные структуры управления. Типология организационных структур управления. Уровни и звенья управления. Функция мотивации. Теории мотивации. Функция контроля. Функция координации.</p> <p>Комплекс маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Функции маркетинга.</p> <p>Рынок маркетинговых исследований. Цели и задачи маркетингового исследования.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
4.	Организация как система управления и ее внешняя и внутренняя среда. Маркетинговая среда организации.	<p>Понятия и признаки систем. Свойства систем. Классификация систем.</p> <p>Организация как система управления. Классификация социальных организаций. Организационно-правовые формы организаций. Внутренняя среда организации и ее элементы. Внешняя среда организации: типология и факторы. Методы анализа внешней и внутренней среды организации.</p> <p>Маркетинговая среда организации. Макросреда маркетинга и влияющие на нее факторы. Микросреда маркетинга и влияющие на нее факторы. Методы анализа макро- и -микросреды маркетинга.</p> <p>Контактные аудитории. Сегментация рынка. Целевые группы потребителей.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
5.	Функциональное разделение управленческого труда. Менеджер в организации	<p>Разделение и специализация управленческого труда. Предмет, орудия и продукт труда управленческой деятельности менеджера. Содержание управленческого труда менеджера. Уровни управления. Иерархия управления. Структура управления организацией и ее элементы. Требования к структуризации управления. Общая типология организационных структур и их характеристика.</p> <p>Понятие и принципы делегирования полномочий. Типология полномочий.</p> <p>Понятие менеджера и его роли. Требования, предъявляемые к менеджеру.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2

6.	Управленческие решения	<p>Понятие управленческого решения.</p> <p>Отличительные признаки управленческих решений. Классификация управленческих решений.</p> <p>Управленческая информация, необходимая для принятия решений. Управленческая ситуация.</p> <p>Управленческая проблема и ее диагностика .</p> <p>Этапы процесса принятия и реализации управленческого решения.</p> <p>Ограничения и критерии принятия управленческого решения. Обоснование, оценка и выбор альтернатив принятии управленческого решения.</p> <p>Методы принятия управленческого решения.</p> <p>Требования, предъявляемые к управленческим решениям.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
7.	Методы управления в менеджменте	<p>Понятие метода управления.</p> <p>Административные методы управления.</p> <p>Экономические методы управления.</p> <p>Социально-психологические методы управления.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
8.	Коммуникации в менеджменте.	<p>Сущность коммуникаций. Элементы коммуникаций.</p> <p>Коммуникативный процесс и этапы его реализации. Двухсторонний коммуникативный процесс.</p> <p>Типология коммуникаций. Информация в системе коммуникаций.</p> <p>Помехи в коммуникативном процессе и методы их преодоления.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
9.	Управление конфликтами.Этика делового общения	<p>Понятие делового общения. Виды и формы делового общения.</p> <p>Понятие конфликтов. Типология конфликтов.</p> <p>Причины возникновения конфликтов.</p> <p>Этапы процесса возникновения и развития конфликта. Методы разрешения конфликтов.</p>	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2

10.	Руководство, лидерство и власть в менеджменте	Сущность руководства и лидерства. Сущность стиля руководства. Типология стилей руководства. Теории стилей руководства и лидерства. Власть и влияние. Основы власти. Виды власти. Способы реализации власти. Подходы к проблеме лидерства. Качества эффективного лидера. Типы лидерства в организации. Теории лидерства и лидерского поведения.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ОПК-5.1 ОПК-5.2
11.	Содержание, методы, процесс маркетинговых исследований	Этапы проведения маркетинговых исследований. Формулировка целей маркетинговых исследований. Типология методов проведения маркетинговых исследований. Выбор методов проведения маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Методы сбора данных. Разработка форм для сбора данных. Разработка плана маркетинговых исследований. Технология анализа данных. Отчет о проведении маркетинговых исследований. Методология составления и разработка анкеты. Типы вопросов анкеты и методы измерения. Глубинное (неформализованное) интервью. Метод: «Фокус групп»: методика и организация. Профессиональные качества модератора «фокус - группы». Применение онлайн методов в социологических и маркетинговых исследованиях. Возможности репрезентации социальных групп и сетевых аудиторий. Вопросы с единственным вариантом ответа. Вопросы с множественными вариантами ответа. Открытые вопросы. Вопросы с выпадающим меню. Требования к интерактивным анкетам. Классификация качественных онлайн методов. Примеры открытых вопросов, используемых в онлайн дискуссиях. Требования к проведению фокус - групп и работе модератора.	9.1.1, 9.2.1, 9.1.2, 9.1.3, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.2.4, 9.2.5, 9.2.4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

Форма обучения: очная, 3 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	6	3	0	3	7
2.	6	3	0	3	7
3.	7	4	0	3	6
4.	6	3	0	3	7
5.	6	3	0	3	6

6.	7	4	0	3	6
7.	7	3	0	4	6
8.	6	3	0	3	7
9.	6	3	0	3	7
10.	7	3	0	4	6
11.	8	4	0	4	7
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	76	36	0	36	104

Форма обучения: очно-заочная, 4 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	3	1	0	2	9
2.	3	1	0	2	9
3.	3	2	0	1	10
4.	3	1	0	2	10
5.	4	2	0	2	10
6.	4	2	0	2	10
7.	3	2	0	1	10
8.	3	2	0	1	10
9.	3	1	0	2	10
10.	3	2	0	1	10
11.	4	2	0	2	10
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	40	18	0	18	140

Форма обучения: заочная, 4 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	1	0	0	1	12
2.	1	1	0	0	12
3.	2	1	0	1	11
4.	1	0	0	1	12
5.	1	0	0	1	12
6.	2	1	0	1	11
7.	2	1	0	1	11

8.	2	1	0	1	11
9.	1	0	0	1	12
10.	1	0	0	1	12
11.	2	1	0	1	12
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	20	6	0	10	160

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины обучающемуся необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе обучающегося. На лекциях обучающиеся получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение обучающихся сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, обучающемуся следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов обучающихся.

Самостоятельная работа

Обучающийся в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа обучающихся играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих обучающихся к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитию им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения

соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает обучающийся, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине обучающемуся необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии обучающемуся следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «ОПК-5.1»

Вопрос №1 .

Метод исследования, предполагающий многократный опрос интересующей группы покупателей или наблюдение за развитием сбыта в определённой группе предприятий торговли через равные промежутки времени, называется:

Варианты ответов:

1. панель
2. гипотеза
3. маркетинговые исследования
4. случайная выборка
5. фокус-группа

Вопрос №2 .

Рынок изучается с целью:

Варианты ответов:

1. удачно вступить в конкурентную борьбу
2. снижения риска не реализации продукции
3. воспользоваться благоприятно складывающейся конъюнктурой
4. разработки тактики поведения фирмы, путём выбора из множества потенциальных рынков таких, которые могут быть приоритетными для предприятия и его товаров, на которых эффективнее можно достичь коммерческого успеха
5. всё вышеперечисленное верно

Вопрос №3 .

Метод сбора информации путём установления контактов с объектами исследования называется:

Варианты ответов:

1. опрос

2. имитация
3. эксперимент
4. наблюдение
5. панель

Вопрос №4 .

Маркетинговым исследованием -это:

Варианты ответов:

1. Маркетинговое исследование – это комплексное понятие, включающее все виды исследовательской деятельности в области управления маркетингом
2. Маркетинговое исследование – это систематический сбор, отражение и анализ информации о проблемах маркетинга товаров и услуг с целью принятия наиболее эффективных решений
3. Маркетинговое исследование – это комплексный анализ политических, экономических, социальных и других факторов, оказывающих воздействие на эффективность продаж на конкретном рынке с целью получения достоверной информации для разработки маркетинговых программ

Вопрос №5 .

Основными этапами маркетингового исследования являются:

Варианты ответов:

1. Определение цели маркетингового исследования, сбор и анализ маркетинговой информации
2. Сбор, анализ маркетинговой информации и разработка рекомендаций, направленных на решение маркетинговой проблемы
3. Определение цели маркетингового исследования, сбор, анализ маркетинговой информации, разработка рекомендаций, направленных на эффективное решение проблемы и контроль их внедрения

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Кейс для формирования «ОПК-5.2»

Выберете какую-либо организацию и сформулируйте существующую в ней реальную или условную маркетинговую проблему. Попробуйте описать по этапам процесс маркетингового исследования, который сможет предоставить информацию, необходимую для решения этой проблемы. Выполните предыдущее задание на основе реальной проблемы, получив информацию о ней в Интернет (например, на сайтах новостей или деловых изданий). Найдите в Интернет информацию, касающуюся процесса маркетинговых исследований. Сопоставьте её с рассмотренными этапами в настоящей главе. Выявите различия и проанализируйте их

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе

Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения
Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Кейс для формирования «ОПК-5.2»

Проектирование информационной системы маркетинговых исследований. Определите тип информационной системы маркетинговых исследований, наилучшим образом соответствующий вашей организации. Укажите, какая информация о внутренней и внешней среде должна собираться для обеспечения принятия управленческих решений на различных уровнях. Каким образом информация должна обрабатываться и как представляться пользователям. Выберите программный инструмент, наиболее подходящий для обеспечения функционирования информационной системы, с учётом его возможностей, цены и времени, необходимого для запуска в эксплуатацию. Составьте отчёт о проекте информационной системе и приложите к отчёту о групповой работе.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе

Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения
Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Кейс для формирования «ОПК-5.2»

Просмотрите последние выпуски деловых и научных периодических изданий. Найдите сообщения о применении информационных систем в российских и зарубежных компаниях. Ознакомьтесь с основными проблемами и результатами этого применения. Посетите Интернет-сайты российских и зарубежных компаний, разрабатывающих программное обеспечение для маркетинговых исследований. Подготовьте отчет с обзором рынка таких пакетов программ. Найдите в Интернет дополнительную информацию о сущности, структуре и функционировании маркетинговых информационных систем. Составьте каталог ресурсов. Найдите Интернет-магазины, позволяющие приобрести пакеты программ для статистического анализа. Составьте каталог с указанием качественных характеристик и цен соответствующих программ

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе

Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения
Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Тест для формирования «УК-1.1»

Вопрос №1 .

Планирование – это:

Варианты ответов:

1. управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;
2. перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
3. обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

Вопрос №2 .

Кто относится к среднему уровню менеджеров?

Варианты ответов:

1. заместители;
2. руководители подразделений;
3. руководители групп.

Вопрос №3 .

Сколько существует иерархических уровней менеджмента?

Варианты ответов:

1. 5;
2. 3;
3. 9.

Вопрос №4 .

Менеджмент – это:

Варианты ответов:

1. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
2. особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
3. эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

Вопрос №5 .

Формальные лидеры:

Варианты ответов:

1. назначены и исполняют свои обязанности, используя авторитет;
2. назначены или выбраны и исполняют свои полномочия, используя механизмы организованной структуры;
3. выбраны и используют свои полномочия, используя свое умение влиять на людей.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Выполнение реферата для формирования «УК-1.2»

1. Понятие управления
2. Понятие менеджмента
3. Условия и предпосылки возникновения менеджмента
4. Характеристика и этапы развития менеджмента как науки
5. Сущность и содержание менеджмента
6. Цели и задачи менеджмента услуг.
7. Виды и типы менеджмента.
8. Принципы и функции менеджмента.
9. Основные черты и содержание менеджмента услуг в РФ.
10. Менеджмент в системе экономических дисциплин.
11. Управленческие революции.
12. Современные концепции менеджмента.
13. Классическая школа управления.
14. Административная школа менеджмента.
15. Неоклассическая школа менеджмента.
16. Количественная школа менеджмента.

17. Сущность деятельности менеджера
18. Сущность функций менеджера.
19. Уровни управления.
20. Сущность и характерные особенности делового успеха.
21. Общая характеристика методов управления.
22. Экономические методы управления.
23. Социально – психологические методы управления.
24. Административные методы управления.
25. Процесс принятия управленческих решений.
26. Механизм принятия управленческих решений менеджеров компаний
27. Методы и модели поиска управленческих решений.
28. Факторы, влияющие на процесс принятия решений.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

Кейс для формирования «УК-1.3»

Генри Форд был великим руководителем. Он представлял собой архетип авторитарного предпринимателя прошлого. Склонный к одиночеству, в высшей мере своевольный, всегда настаивающий на собственном пути, презирающий теории и «бессмысленное» чтение книг, Форд считал своих служащих «помощниками». Если «помощник» осмеливался перечить Форду или самостоятельно принимать важное решение, он обычно лишался работы. На фирме «Форд Мотор» только один человек принимал решения с любыми последствиями.

Общие же принципы Форда были сформулированы в одной фразе: «Любой покупатель может получить автомобиль любого цвета,какого пожелает, пока автомобиль остается черным».

Форд сделал свою модель «Ти» настолько дешевой, что ее мог купить практически любой работающий человек. Примерно за 12 лет Форд превратил крошечную компанию в гигантскую отрасль, из менившую американское общество. Более того, он сделал это, постигнув, как построитьавтомобиль, продаваемый всего за 290 долларов, и платя своим рабочим одну из самых высоких ставок того

времени – 5 долларов в неделю.

Так Форд, как уже отмечалось, был несгибаемо жестким, своевольным и интуитивным человеком. «Человек не должен шляться взад и вперед», - говорил Форд. Напротив, на каждого руководителя были возложены определенные обязанности и дана была свобода делать все, что необходимо для их выполнения. В то время как «Форд Мотор» сохраняла верность черной модели «Ти» и традиции, согласно которой босс командует, а остальные выполняют, фирма «Дженерал Моторс» ввела в практику частые замены моделей, предлагая потребителю широкий ассортимент стилевых и цветовых оформлений и доступный кредит.

Доля «Форд Мотор» на рынке резко сократилась, а рейтинг её руководителей сильно снизился. В 1927 г. фирма была вынуждена остановить сборочный конвейер, чтобы переоснастить его под выпуск весьма запоздавшей модели «А». Это позволило «Дженерал Моторс» захватить 43,5% автомобильного рынка, оставив «Форду» менее 10%.

Вопросы:

1 Каких управленческих принципов и концепций придерживался Г. Форд?

2 Почему Г. Форда называли великим менеджером?

1 В чём причины потери компанией «Форд Моторс» значительной доли рынка к 1927 г.?

2 Если бы Г. Форд нанял Вас в качестве консультанта по проблемам управления, то что бы Вы посоветовали ему в отношении выбора стиля управления?

3 Обоснуйте свои рекомендации. много людей купили модель «Ти», что в 1921 г. «Форд Мотор» контролировала 56% рынка легковых автомобилей и заодно почти весь мировой рынок.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе
Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения
Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений

Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений
---------	---

Кейс для формирования «УК-1.3»

Выбор индивидуального стиля руководства коллективом является одной из наиболее важных задач для менеджера.

Обычно выделяют

а) Невмешательство: низкий уровень заботы о производстве и людях. Руководитель не руководит, много делает сам. Руководитель добивается минимальных результатов, которых достаточно только для того, чтобы сохранить свою должность в организации.

б) Теплая компания: высокий уровень заботы о людях. Стремление к установлению дружеских отношений, приятной атмосферы и удобного темпа работы. При этом руководителя не интересуют, будут ли достигнуты конкретные и устойчивые результаты.

в) Задача: внимание руководителя полностью сосредоточено на производстве. Человеческому фактору либо вообще не уделяется внимание, либо уделяется крайне мало.

г) Золотая середина: руководитель старается в своих действиях в достаточной степени сочетать как ориентацию на интересы человека, так и на выполнение задачи. Руководитель не требует слишком много от сотрудников, но и не попустительствует.

д) Команда: руководитель полностью поглощен стремлением к достижению оптимального соединения интересов через внимание и к производству, и к людям. Общие обязательства, которые берут на себя сотрудники по достижению целей организации, ведут к доверию и уважению во взаимоотношениях.

Задание:

1 Какой стиль руководства, по вашему мнению, является наилучшим?

2 Дайте обоснование своему варианту.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе
Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения

Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Кейс для формирования «УК-1.3»

Созданная в конце 30-х г.г. XX в. компания «Хьюлетт-Паккард» к концу 80-х стала одним из лидеров в области производства вычислительной техники. Она поглотила крупную компанию-производителя вычислительной техники «Аполлокомпьютер». Предприятия фирмы расположены на всех континентах в 27 странах. Численность работающих в компании – около 100 тыс. человек. Анализ, проведенный руководством компании, показал, что эффективность ее деятельности снижается из-за избытка рабочей силы.

Вопросы:

1. Какие решения, по вашему мнению, следовало бы принять руководству компании «Хьюлетт-Паккард», чтобы повысить эффективность производства вычислительной техники?

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе
Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения

Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Общие положения и основные понятия дисциплины менеджмент

1. Сущность менеджмента
2. Задачи менеджмента
3. Понятия менеджмент и управление: в чем заключаются сходство и различия
4. Менеджмент как вид деятельности
5. Менеджмент как процесс
6. Менеджмент как профессия
7. Менеджмент как наука
8. Менеджмент как искусство
9. Субъект и объект управления
10. Система управления.
11. Виды управления
12. Принципы управления

Тема 2. История развития управленческой мысли

13. Школа "научного менеджмента" Ф.Тейлора
14. Школа административной организации М.Вебера
15. Школа "человеческих отношений и поведенческих наук" (Э.Мейо, М.Фоллет)
16. Функции и принципы управления А.Файоля
17. Теория иерархия потребностей А.Маслоу
18. Теория мотивации Ф. Херцберга.
19. Теория стилей руководства Д. Макгрегора
20. Теория «Z» и теория «A» У. Оучи
21. Системный подход в управлении (А.Богданов, Р.Берталанфи)
22. Теории количественных методов управления (В.Лентьев, И.Фишер, И.Шумпетер и др.)
23. Движение научной организации труда (НОТ) в СССР (А.Гастев, П.Ерманский, Е.Розмирович)
24. Ситуационный подход в управлении
25. Процессный подход в управлении
26. Общая характеристика современных подходов в управления (количественный подход, системный подход, процессный подход)

27. Японская школа менеджмента
28. Американская школа менеджмента
29. Европейская школа менеджмента

Тема 3. Цели и основные функции менеджмента. Цели и функции маркетинговых исследований в организации.

30. Понятие целей в менеджменте
31. Области целеполагания
32. Требования к формированию целей в менеджменте
33. Классификация целей в системе управления организацией
34. Характеристика и взаимосвязь видения, миссии и целей организации
35. Понятие функции в менеджменте.
36. Общая характеристика универсальных функций менеджмента
37. Сущность и содержание функции планирования
38. Характеристика этапов процесса планирования в менеджменте
39. Характеристика и типология планов в функции планирования в менеджменте
40. Сущность и содержание функции организация
41. Понятие организационной структуры управления, уровни и звенья управления.
42. Общая характеристика организационных структур управления
43. Сущность и содержание функции мотивация
44. Содержательные и процессные теории мотивации
45. Характеристика процесса мотивации в менеджменте
46. Характеристика понятий интересы, мотивы, потребности, стимулы, вознаграждения, используемые в процессе мотивации
47. Сущность и содержание функции контроля
48. Характеристика этапов процесса контроля в менеджменте
49. Характеристика и типология видов контроля в функции контроля в менеджменте
50. Характеристика и типология методов контроля в функции контроля в менеджменте
51. Принципы эффективного контроля в менеджменте
52. Сущность и содержание функции координации
53. Комплекс маркетинга
54. Цели и задачи маркетинга
55. Функции маркетинга
56. Рынок маркетинговых исследований
57. Цели и задачи маркетингового исследования

Тема 4. Организация как система управления и ее внешняя и внутренняя среда. Маркетинговая среда организации.

58. Понятия и признаки системы.
59. Общая характеристика свойств систем.
60. Группировка систем по природные, технические и социальные, их признаки и свойства
61. Признаки социальных систем
62. Классификация социальных организаций по различным критериям
63. Характеристика организации как системы управления
64. Организационно-правовые формы организаций
65. Содержание и элементы внутренней среды организации (цели, задачи, структура, технологии, ресурсы, люди)
66. Общая характеристика факторов внешней среды организации
67. Признаки внешней среды организации (сложность, подвижность, неопределенность)
68. Типология внешней среды организации (среда прямого воздействия и среда косвенного воздействия)
69. Характеристика факторов внешней среды прямого воздействия организации
70. Характеристика факторов внешней среды косвенного воздействия организации
71. SWOT-анализ внешней и внутренней среды организации (содержание, технология проведения, сильные и слабые стороны)

72. PEST-анализ внешней и внутренней среды организации (содержание, технология проведения. сильные и слабые стороны)
73. Маркетинговая среда организации
74. SWOT-анализ маркетинговой среды организации (содержание, технология проведения. сильные и слабые стороны)
75. PEST-анализ маркетинговой среды организации (содержание, технология проведения. сильные и слабые стороны)
76. Ситуационный анализ в маркетинге (содержание, технология проведения. сильные и слабые стороны)
77. Понятие и технология проведения сегментации рынка
78. Целевые группы потребителей
79. Анализ демографических факторов
80. Анализ экономических факторов
81. Анализ культурных факторов
82. Анализ технологических и научно–технических факторов
83. Анализ политических факторов
84. Анализ природных факторов
85. Анализ социокультурных факторов
86. Типология и характеристика контактных аудиторий
87. Контролируемые факторы внутренней микросреды предприятия
88. Управляемые факторы маркетинга

Тема 5. Функциональное разделение управленческого труда. Менеджеры в организации

89. Вертикальное и горизонтальное разделение управленческого труда
90. Уровни и звенья управления в иерархической структуре управления
91. Предмет, орудия и продукт труда управленческой деятельности менеджера.
92. Содержание управленческого труда менеджера.
93. Виды управленческого труда
94. Понятия аппарат управления и менеджеры
95. Требования, предъявляемые к менеджеру
96. Управленческие роли менеджера
97. Требования структуризации управления
98. Элементы организационной структуры управления
99. Горизонтальные и вертикальные связи в структуре управления
100. Линейные и функциональные руководители в организационной структуре управления
101. Общая типология организационных структур и их характеристика (линейные, функциональные и смешанные)
102. Линейная организационная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
103. Функциональная организационная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
104. Линейно-функциональная организационная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
105. Линейно-штабная организационная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
106. Матричная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
107. Девизиональная организационная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
108. Штабная организационная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
109. Проектная организационная структура управления (характеристика, схема, сильные и слабые стороны)
110. Понятие и принципы делегирования полномочий.
111. Типология полномочий (линейные, функциональные, штабные, рекомендательные, согласительные и др.)

Тема 6. Управленческие решения

112. Понятие управленческого решения
113. Отличительные признаки управленческих решений(цели,последствия,разделение труда,профессионализм)
114. Требования,предъявляемые к управленческим решениям.
115. Требования к информации,необходимой для разработки управленческого решения
116. Факторы,влияющие на принятие управленческих решений
117. Понятие управленческой ситуации и ее характеристика
118. Понятие управленческой проблемы и ее диагностика
119. Классификация управленческих ситуаций
120. Классификация управленческих решений по различным признакам
121. Этапы принятия и реализации управленческого решения
122. Ограничения и критерии принятия управленческого решения
123. Порядок оценки и выбора альтернатив при принятии управленческого решения
124. Общая характеристика методы принятия управленческого решения
125. Эвристические методы принятия управленческих решений
126. Количественные методы принятия управленческих решений
127. Коллективные методы принятия управленческих решений

Тема 7. Методы управления в менеджменте

128. Понятие метода управления
129. Общая характеристика административных методов управления
130. Организационное воздействие
131. Распорядительное воздействие
132. Материальная ответственность и взыскания
133. Административная ответственность и взыскания
134. Дисциплинарная ответственность и взыскания
135. Общая характеристика экономических методов управления
136. Характеристика конкретных экономических методов управления(планирование,хозрасчет,оплата труда,премирование)
137. Общая характеристика социально-психологических методов управления
138. Особенности социологических методов управления
139. Особенности психологических методов управления

Тема 8. Коммуникации в менеджменте.

140. Определение коммуникаций и их элементы
141. Коммуникационный процесс и его этапы
142. Односторонние и двухсторонние коммуникации.
143. Нисходящие и восходящие коммуникации
144. Характеристика помех,препятствующих коммуникационному процессу
145. Содержание и требования к информации в коммуникационном процессе
146. Методы и способы преодоления помех в коммуникационном процессе
147. Методы и способы передачи информации в коммуникационном процессе
148. Роль и значение коммуникаций в процессе принятия и реализации управленческих решений

Тема 9. Управление конфликтами. Этика делового общения

149. Понятие делового общения
150. Виды делового общения (вербальное и невербальное)
151. Формы делового общения(деловая беседа,деловые переговоры,дискуссия,полемика,деловое совещание, публичное выступление.деловая переписка)
152. Порядок ведения деловой беседы.
153. Этапы подготовки,ведения и завершения деловых переговоров.
154. Этапы подготовки и ведения делового совещания.
155. Понятие конфликтов
156. Типология конфликтов(внутриличностные,межличностные,между личностью и

группой, межгрупповые)

157. Причины и факторы возникновения конфликтов
158. Этапы процесса возникновения и развития конфликта.
159. Методы разрешения конфликтов
160. Варианты разрешения конфликтов для сторон, участвующих в конфликте
161. Последствия неразрешенных конфликтов
162. Задачи и роль менеджера в разрешении конфликтов
163. Положительные и отрицательные стороны конфликтов

Тема 10. Руководство, лидерство и власть в менеджменте

164. Понятие руководства и лидерства
165. Сущность и общая характеристика тип стилей руководства по различным признакам
166. Характеристика авторитарного стиля руководства
167. Характеристика демократического стиля руководства
168. Характеристика демократического стиля руководства
169. Подходы к теориям лидерства(с позиции личных качеств, поведенческий и ситуационный)
170. Понятия власти и влияния
171. Виды власти
172. Основы власти
173. Формальная и реальная власть
174. Способы реализации власти (убеждение, участие, распорядительство, принуждение)
175. Формальное и неформальное лидерство
176. Соотношение менеджер и лидер
177. Содержание лидерства в управлении организацией
178. Типы отношений лидера и последователей в организации
179. Черты эффективного лидерства в организации
180. Качества эффективного лидера
181. Теории лидерских качеств
182. Концепции лидерского поведения

Тема 11. Содержание, методы, процесс маркетинговых исследований

183. Общая последовательность этапов проведения маркетинговых исследований
184. Обоснование проблемы для проведения маркетинговых исследований
185. Формулировка целей проведения маркетинговых исследований
186. Общая типология видов маркетинговых исследований по различным признакам
187. Информация в маркетинговых исследованиях и и источники ее получения
188. Общая характеристика методов сбора данных.
189. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований
190. Метод фокус-группы
191. Методы опроса
192. Выбор конкретных методов опроса
193. Разработка форм для сбора данных
194. Технология измерений в маркетинговых исследованиях
195. Надежность и достоверность измерения маркетинговой информации
196. Технология составления анкет в маркетинговых исследованиях
197. Этапы разработки выборочного плана маркетингового исследования
198. Технология определения объема выборки
199. Организация и проведение сбора данных
200. Характеристика анализов сбора данных в маркетинговых исследованиях
201. Виды статистического анализа в маркетинговых исследованиях
202. Подготовка отчета при проведении маркетинговых исследований
203. Характеристика участников маркетинговых исследований
204. Метод сравнительного анализа
205. Метод исследование общественного мнения
206. Характеристика эксперимента в маркетинговых исследованиях

- 207. Характеристика статистических методов в маркетинговых исследованиях
- 208. Характеристика экспертных методов в маркетинговых исследованиях
- 209. Характеристика метода опроса в маркетинговых исследованиях
- 210. Характеристика метод сбора данных
- 211. Характеристика метода "фокус-групп" в маркетинговых исследованиях
- 212. особенности проведения маркетинговых исследований в интернете

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение) 4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)
Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>

8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Эриашвили Н.Д.	Основы менеджмента	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/71768.html	по логину и паролю
9.1.2						-	http://www.iprbookshop.ru/111002.html	по логину и паролю
9.1.3	Семенов А.К. Набоков В.И.	Теория менеджмента	Дашков и К	2019	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85575.html	по логину и паролю
9.1.4	Ким С.А.	Маркетинг	Дашков и К	2019	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85640.html	по логину и паролю
9.1.5	Гришина В.Т. Дробышева Л.А. Дашкова Т.Л. Козлова Н.П. Матвеева О.З. Матвеев Э.Ю. Меликян О.М. Морозов Ю.В. Пахомкин Ю.В. Романович В.К. Солдатова Н.Ф.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Дашков и К	2018	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85166.html	по логину и паролю
9.1.6	Шевченко Д.А.	Основы современного маркетинга	Дашков и К	2021	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/107812.html	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	Макрусев В.В. Бойкова М.В. Колобова И.Н. Любкина Е.О.	Основы менеджмента	Российская таможенная академия	2017	учебно-методическое пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/84857.html	по логину и паролю

9.2.2	Блинова Т.А.	Теория управления	МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ	2019	учебно-методическое пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/95536.html	по логину и паролю
9.2.3	Батурин В.К.	Общая теория управления	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/71030.html	по логину и паролю
9.2.4	сост. Анурова Г.Т. Спицына О.С.	Маркетинг	Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Ай Пи Ар Медиа	2019	практикум	-	http://www.iprbookshop.ru/85893.html	по логину и паролю
9.2.5	Егорова М.М. Логинова Е.Ю. Швайко И.Г.	Маркетинг	Научная книга	2019	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/81021.html	по логину и паролю

9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной

почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;

педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;

печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.