

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.15 Основы менеджмента»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2018

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра менеджмента _____
наименование кафедры

протокол № 04 от "11" 01 2018 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра менеджмента _____
наименование кафедры подпись И.Н. Корабейников
расшифровка подписи

Исполнители:
Доцент кафедры менеджмента _____
должность подпись Н.Е. Рябикова
расшифровка подписи

_____ должность подпись расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____
код наименование личная подпись Ю.В. Кудашова
расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки _____
личная подпись Н.Н. Грицай расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета _____
личная подпись Ю.В. Рожкова
расшифровка подписи

№ регистрации _____

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Цель преподавания дисциплины «Основы менеджмента» – формирование комплекса знаний, базовых умений и навыков в области менеджмента для обеспечения адекватной ориентации в современном социуме, владения культурой мышления, способности к анализу, обобщению информации, постановке целей и выбора путей их достижения.

Задачи:

- сформировать представление об основных положениях и категориях менеджмента, необходимости и природе управления, целях и задачах менеджмента, уровнях управления и видах разделения труда. исторических этапах развития управления, основных тенденциях современной парадигмы организации управления в России. требованиях к профессиональной компетенции менеджеров, особенностях использования научных подходов и методов менеджмента, о функциях менеджмента, их значимости для достижения желаемого уровня компетенций и конкурентоспособности деятельности организации в целом;

- обосновать сущность и значимость информационного обеспечения менеджмента, связующих процессов в менеджменте (коммуникаций) и обеспечения их высокой эффективности, необходимость отслеживания основных характеристик среды хозяйствования (сложности, скорости изменений, неопределенности влияющих факторов и пр.);

- сформировать представление о функциональных видах менеджмента (административном, производственном, финансовом, рисковом, кадровом и т.д.) и их значении в достижении высокопроизводительной деятельности организации; о видах структур управления, о возможностях управления структурой конфликта (конструктивного, деструктивного) при решении проблем в деятельности организации, условиях применения и эффективности механистического и органического типов организаций.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.6 Экономическая теория, Б.1.Б.16 Основы маркетинга*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.Б.18 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Б.1.Б.25 Технологии управления общественным мнением*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

| Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций | Формируемые компетенции |
|---|---|
| <p>Знать: Основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;</p> <p>Уметь: планировать и организовывать работу в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;</p> <p>Владеть: навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p> | ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью |

| Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций | Формируемые компетенции |
|---|--|
| <p><u>Знать:</u> Терминологические основы информации и коммуникации в менеджменте (информация, коммуникация, массив информации; информационная система; информационный массив; виды коммуникаций и пр.); методы сбора, обработки информации в менеджменте; методы организации эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации в сфере менеджмента</p> <p><u>Уметь:</u> применять методы сбора, группировки, структуризации, анализа, интерпретации информационных данных о процессах внутри и вне организации с учетом положений менеджмента; планировать и организовывать работу коммуникационной системы организации в условиях высоко динамичной среды с учетом положений и правил менеджмента; участвовать в создании и корректировке коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации системы менеджмента организации;</p> <p><u>Владеть:</u> навыками сбора, группировки, структуризации, анализа, интерпретации информационных данных для обеспечения эффективных коммуникаций системы менеджмента организации; способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры управления организацией; навыками анализа эффективности системы коммуникаций в управлении организации.</p> | <p>ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> |
| <p><u>Знать:</u> сущность, назначение, виды рекламы для повышения эффективности менеджмента; способы определения эффективности рекламы и способы повышения эффективности рекламы как инструменты менеджмента организации; роль рекламы в стратегии маркетинга и достижении успехов в управлении бизнесом;</p> <p><u>Уметь:</u> проводить выбор параметров рекламы в рамках эффективного управления организацией; планировать и организовывать работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с позиций положений менеджмента;</p> <p><u>Владеть:</u> навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с учетом правил менеджмента; навыками определения эффективности рекламы и навыками повышения эффективности рекламы как инструментами управления деятельностью современных организаций.</p> | <p>ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве</p> |

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

| Вид работы | Трудоемкость, академических часов | |
|--|-----------------------------------|----------------|
| | 5 семестр | всего |
| Общая трудоёмкость | 180 | 180 |
| Контактная работа: | 53,25 | 53,25 |
| Лекции (Л) | 18 | 18 |
| Практические занятия (ПЗ) | 34 | 34 |
| Консультации | 1 | 1 |
| Промежуточная аттестация (зачет, экзамен) | 0,25 | 0,25 |
| Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - написание реферата (Р); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю) | 126,75 | 126,75 |
| Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет) | экзамен | экзамен |

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------|
| | | всего | аудиторная работа | | | внеауд. работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | Введение в менеджмент организации | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 2 | Научные подходы к менеджменту | 22 | 2 | 4 | | 16 |
| 3 | Управление организацией в условиях рынка. | 18 | 2 | 2 | | 14 |
| 4 | Функции менеджмента | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 5 | Информационное обеспечение принятия решений | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 6 | Связующие процессы в менеджменте (коммуникации) | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 7 | Власть, лидерство, стиль управления, личность в организации | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 8 | Конфликты в менеджменте | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 9 | Разработка управленческого решения | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| | Итого: | 180 | 18 | 34 | | 128 |
| | Всего: | 180 | 18 | 34 | | 128 |

4.2 Содержание разделов дисциплины

1. Введение в менеджмент организации. Предпосылки возникновения управленческой науки. Концепции менеджмента. Понятие и сущность управления (менеджмента, руководства). Основные категории менеджмента как совокупность фундаментальных понятий, отражающих свойства и отношения в процессах управления организацией (объект, субъект, предмет, функции, методы, принципы, типы, виды менеджмента). Необходимость управления. Природа управления. Целеполагание в менеджменте. Цели и задачи управления предприятием. Построение дерева целей. Цели функциональных подсистем предприятия. Характеристика объектов менеджмента с позиции трех аспектов: вид объекта управления; уровни объекта управления; функциональные области управления. Виды менеджмента.

2. Научные подходы к менеджменту. Маркетинговый, системный, ситуационный, нормативный, функциональный, процессный, поведенческий, интеграционный, воспроизводственный, динамический, директивный, оптимизационный, комплексный подходы

3. Управление организацией в условиях рынка. Организация – основная структурная единица в менеджменте. Уровни управления, виды разделения труда в организации. Основные категории работников предприятия.

Среда организации: основные факторы, параметры, показатели, характеристики. Формирование ответной реакции организации на внешнее влияние.

4. Функции менеджмента. Понятие и виды функций менеджмента. Классификации функций менеджмента по Казанцеву, Саломатину, Фатхутдинову, Герчиковой. Понятие общих и специальных функций менеджмента. Общие функции менеджмента. Технологические функции менеджмента. Социально – психологические функции менеджмента. Состав основных решений по функциям менеджмента

5. Информационное обеспечение принятия решений. Понятие информации в менеджменте. Требования к информации. Классификация информации в управлении. Понятие информационной потребности, информационной системы. Информационного массива, потребителей информации. Методы сбора, группировки, анализа, использования информации.

6. Связующие процессы в менеджменте (коммуникации). Связующие процессы в менеджменте (коммуникации), их сущность и необходимость. Цели коммуникаций. Межличностные коммуникации. Межуровневые коммуникации: «отдел – отдел», «руководитель – подчиненный», «группа – работник», «группа – группа». Процесс коммуникации. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили.

7. Власть, лидерство, стиль управления. Понятие власти. Процесс влияния руководителя на подчиненного. Формы власти. Понятие лидерства, личности в организации. Основные черты личности. Проблемы лидерства. Теории лидерства. Подход с позиции личных качеств. Поведенческий подход. Ситуационный подход. Матрица стилей управления.

8. Конфликты в менеджменте. Сущность конфликта, инцидента, конфликтной ситуации. Процессуальные характеристики. Функции конфликтов. Причины конфликтов. Методы разрешения конфликтов.

9. Разработка управленческого решения. Понятие управленческого решения. Классификация управленческих решений. Параметры и условия обеспечения качества и эффективности управленческих решений. Этапы и организация процесса разработки решений. Алгоритм принятия решения, его контроля и регулирования.

4.3 Практические занятия (семинары)

| № занятия | № раздела | Тема | Кол-во часов |
|-----------|-----------|--|--------------|
| 1-2 | 1 | Введение в менеджмент организации | 4 |
| 3-4 | 2 | Научные подходы к менеджменту | 4 |
| 5 | 3 | Управление организацией в условиях рынка. | 2 |
| 6-7 | 4 | Функции менеджмента | 4 |
| 8-9 | 5 | Информационное обеспечение принятия решений | 4 |
| 10-11 | 6 | Связующие процессы в менеджменте (коммуникации). | 4 |
| 12-13 | 7 | Власть, лидерство, стиль управления | 4 |
| 14-15 | 8 | Конфликты в менеджменте | 4 |
| 16-17 | 9 | Разработка управленческого решения | 4 |
| | | Итого: | 34 |

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Юкаева, В.С. Менеджмент: краткий курс : учебное пособие / В.С. Юкаева. - 4-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-

394-00632-6 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453524>.

2. Гавриленко, Н.И. Маркетинг : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М. ; Берлин : ДиректМедиа, 2015. - 194 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3635-0 ; То же [Электронный ресурс]. - ЭБС «Университетская библиотека «ОНЛАЙН». - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611>.

3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент = MarketingManagement [Текст] : учебник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер.- 12-е изд. - СПб. : Питер, 2012, 2015. - 814 с. - (Классический зарубежный учебник). - Парал. тит. л. англ. - Библиогр.: с. 794-799. - Указ.: с. 800-814. - ISBN 978-5-459-00841-8.

5.2 Дополнительная литература

1. Виханский, О.С. Менеджмент [Текст] : учебник / О.С. Виханский, А. И. Наумов. – 6-е изд., перераб. И доп. – Москва Магистр : ИНФРА-М, 2015. – 656 с.: ил. – Библиогр.: с.643-654. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - ISBN 978-5-16-010130-9.

2. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : ЮнитиДана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - ЭБС «Университетская библиотека «ОНЛАЙН». - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>.

5.3 Периодические издания

1 Проблемы теории и практики управления: журнал / учредитель - ООО «Международная Медиа Группа». - М. : Агентство «Роспечать», 2018.

2 Акционерное общество: вопросы корпоративного управления: журнал/учредитель- ЗАО «Советник». - М. : Агентство «Роспечать», 2018

3 Российский журнал менеджмента: журнал / учредитель - Санкт-Петербургский государственный университет. - М. : Агентство «Роспечать», 2018

4 Менеджмент в России и за рубежом: журнал / учредитель Закрытое акционерное общество «Финпресс». - М. : Агентство «Роспечать».

5.4 Интернет-ресурсы

1. <http://elibrary.ru/> eLIBRARY.RU - крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения и анализа публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией "Научная электронная библиотека".

2. <http://www.aup.ru/> Административно-управленческий портал - бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.

3. <http://infomanagement.ru/> Инфо-менеджмент – портал, на котором собраны литература (книги, лекции, периодические издания) по менеджменту и управлению, а также представлены мировые и российские новости, посвященные управлению

4. <http://praktikmanager.ru/> Информационный сайт по менеджменту. Теория и практика для студентов.

5. <http://bukvy.net/> Электронная библиотека книг и периодических изданий по экономике, управлению, менеджменту и психологии

6. <http://slovari.yandex.ru/> На портале представлены толковые словари, энциклопедии, словари иноязычных слов, орфографические словари, этимологические словари, словарь синонимов.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система Microsoft Windows

2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)

3. Приложение Microsoft Project

4. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «Гарант-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, 2018.- Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserver1\GarantClient\garant.exe>

5. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2018.- Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserver1\CONSULT\cons.exe>

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практического типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой подключенной к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.