

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.Б.13.02 «Основы менеджмента» (ЗФО)

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы (144 часа, 22,5 контактных часа, лекционных 14 ч., практических 8 ч.; 109 часов самостоятельной работы (0,5 ч. ИКР); 3,8 часа зачет; 12,5 часов контроль).

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области управления профессиональной деятельностью по рекламе и связям с общественностью, а также соответствующими организационными формами, от самостоятельного предприятия до департамента или отдела в структуре организации.

Рабочая программа дисциплины «Основы менеджмента» включает изучение следующих вопросов: теория и практики менеджмента; история менеджмента; современные требования к менеджеру; обеспечение устойчивого развития организации; стратегическое планирование и реализация управленческих решений; мотивация персонала; управление конфликтами в организации; виды, специфика и деятельность коммуникационного агентства; вопросы управления типовым рекламным агентством; Управление процессами разработки и реализации коммуникационных проектов.

Задачи дисциплины:

Главной задачей дисциплины «Основы менеджмента» является ознакомление студентов с современной концепцией менеджмента, которая наиболее эффективна для практики хозяйственной деятельности в России. В условиях новых подходов к научной организации управления на российских предприятиях следует отказаться от сугубо административных методов и обратиться к системным методам многофакторного анализа управленческих ситуаций. Для этого требуется подготовить специалистов, обладающих знаниями естественных и гуманитарных наук, и, в первую очередь, знаниями в теории менеджмента, а также способными работать коллективно (в сплоченной команде).

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б.1.Б.13.02 «Основы менеджмента» входит относится к базовой части Блока 1 учебного плана. Модуль 3 Менеджмент. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Основы менеджмента» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Учебная дисциплина «Основы менеджмента» занимает важное место в системе других учебных дисциплин. Значение названной дисциплины определяется, прежде всего, тем, что она дает первоначальные знания по проблемам управления профессиональной деятельностью и организациями в области рекламы и связей с общественностью в условиях рыночной экономики.

Изучение учебной дисциплины «Основы менеджмента» направлено на представление основной информации о современной концепции менеджмента применительно к деятельности организаций, занятых на рынке маркетинговых коммуникаций, рекламы и связей с общественностью. В новой парадигме организации управления на российских предприятиях в сфере коммуникаций необходимо отойти от чисто административных методов к системным методам многофакторного анализа управленческих ситуаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы менеджмента» направлен на

формирование следующих компетенций:

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (**ПК – 2**);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (**ПК – 3**);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (**ОК - 6**).

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	уметь	Владеть
1.	ПК 2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	знать многообразие процессов управления в современных организациях	уметь ориентироваться в соотношении административных, правовых и экономических методов управления хозяйственной и коммуникационной деятельностью; применять правовое содержание процедур управления организацией и коммуникационной деятельностью; оценивать различные аспекты воздействия внешнего окружения на определение целей и стратегий организации	владеть навыками планирования и контроля организационных процессов
2.	ПК 3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	знать основы управления персоналом; функции и задачи менеджера в организациях современного типа	уметь использовать основные функции современного управления организацией	владеть методами руководства производственно-творческим коллективом; технологиями разрешения конфликта

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	уметь	Владеть
3.	ОК 6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	знать основы работы в коллективе; этнические, конфессиональные и культурные различия персонала	уметь находить эффективные решения типовых управленческих задач в условиях практической работы конкретной организации;	владеть умением ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией основных функций менеджера, находить эффективные решения типовых управленческих задач в условиях практической работы конкретной организации

Структура и содержание дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (для студентов ЗФО)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	<i>Раздел 1.История менеджмента</i> Управленческая мысль и практика в ранних цивилизациях Востока	6	2			4
2.	<i>Раздел 1.История менеджмента</i> Становление школы научного менеджмента	4				4
3.	<i>Раздел 1.История менеджмента</i> <i>Разнообразие моделей</i> менеджмента: американский, японский, европейский, российский	8				8
4.	<i>Раздел 1.История менеджмента</i> <i>Административные теории</i>	4				4

5.	Раздел 1.История менеджмента Менеджмент и социальные науки	6		2		4
6.	Раздел 1.История менеджмента Школа человеческих отношений	4				4
7.	Раздел 1.История менеджмента Развитие научного менеджмента в России	4				4
8.	Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента Предмет курса	4				4
9.	Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента Свойства организации как объекта управления	6	2			4
10.	Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента Типы объединений фирм	6		2		4
11.	Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента Типы объединений фирм	8				8
12.	Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента Методологические основы оценки менеджмента Итоговое занятие	8	4			4
	Итого по дисциплине:		8	4	–	56

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (для студентов ЗФО)

№ разд ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 3. Основы современного менеджмента Управление человеком и группой	8	2			6
2.	Раздел 3. Основы современного менеджмента Лидерство и власть	8				8
3.	Раздел 3. Основы современного менеджмента Управление конфликтами	8	2			6

4.	Раздел 3. Основы современного менеджмента Мотивация	8		2		6
5.	Раздел 3. Основы современного менеджмента Принятие решений	9	2			7
6.	Раздел 3. Основы современного менеджмента Управление коммуникационными процессами	8				8
7.	Раздел 3. Основы современного менеджмента Комплексный подход к вопросам производительности и эффективности	8		2		6
8.	Итоговый тест по 3-му разделу	6				6
	Итоговое занятие:	9				
	Итого по дисциплине:		6	4	–	53

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет/экзамен

Основная литература:

1. Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/92937> — Загл. с экрана.
2. Информационный менеджмент : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджеева и др. ; под ред. Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579>
3. Основы менеджмента : учебник / под ред. В.В. Лукашевич, И.В. Бородушко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 271 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01061-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118632>
4. Самарина, В.П. Основы предпринимательства (для бакалавров). [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 222 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53509> — Загл. с экрана.
5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56210>

Автор РПД: д-р филол. наук, доц., проф. Патюкова Р.В.