

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Основы профессионального менеджмента и мониторинга»

Объем трудоемкости: Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), из них – 36 часов аудиторной нагрузки: лекционных -18 часов, практические занятия -18 часов; КСР 4 часа, ИКР – 0,3 часа, самостоятельной работы- 41 час, экзамен - 26,7 ч.)

1. Цели освоения дисциплины «Основы профессионального менеджмента и мониторинга» является ознакомление студентов с управленческим и экономическим аспектами архитектурно-градостроительной деятельности, овладение основами предмета как необходимым компонентом вузовской подготовки выпускника. Дисциплина призвана дать развернутое представление о принципах функционирования менеджмента в современной экономической системе; раскрыть основы представлений об управлении и выработать навыки использования соответствующего инструментария, которые необходимы для дальнейшей деятельности выпускника.

1.1. Задачи освоения дисциплины:

- овладение понятийным аппаратом и основными подходами менеджмента в сфере архитектуры и градостроительства;
- овладение студентами умением анализировать основные законы и взаимосвязи экономического развития в сфере архитектуры и градостроительства;
- изучение основных принципов функционирования мониторинговой системы;
- развитие у студентов навыков самостоятельной ориентации в основных направлениях и инструментах политики менеджмента и мониторинга и их влияния на сферу архитектуры и градостроительства;
- развитие прогнозно-аналитических навыков студентов

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Маркетинг рекламы» относится к части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных и общепрофессиональных компетенций: ОК 1

перечислить компетенции

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-11	способностью находить оптимальные организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовностью нести за них ответственность	основные функции менеджмента, процедуры и нормы проектирования работы, внутриорганизационные процессы, способы и формы коммуникации, основы управления персоналом	использовать методы и методики реализации процесса управления во внутриорганизационной жизни, находить суть процесса взаимодействия человека и организации	навыками использования существующих методов управленческого воздействия для достижения поставленных целей

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в курс.		2	2		6
2.	Основные понятия менеджмента и мониторинга		4	4		8
3.	Цели в системе управления		2	2		6
4.	Методологические основы менеджмента		2	2		7
5.	Разработка программы мониторинга		4	4		6
6.	Коммуникации и контроль		4	4		8
	КСР	4				
	Экзамен	26,7				
	Итого по дисциплине:	108	18	18		41

Курсовые работы: не предусмотрено

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - Библиогр.: с. 614-626.

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>

2. Иган Джон, Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Иган Джон ; пер. Е.Э. Лалаян. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 375 с.

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710>

3. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения : учеб.-практ. пособие / С. А. Попов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 447 с. <https://www.biblio-online.ru/book/A10622EA-FF40-4578-8360-001863335627>

4. Чудновская, С. Н. История менеджмента : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Чудновская. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 291 с. <https://www.biblio-online.ru/book/83E75374-A30E-4457-A39F-7B1ADD8CA604>

5. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 362 с. <https://www.biblio-online.ru/book/05417761-AE60-4B83-A573-0D6D02C475F1>

Автор (ы) РПД Кочеткова С.Ю.
Ф.И.О.