

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Менеджмент в системе высшего образования»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 24 часа аудиторной нагрузки: лекционных 2 ч., практических 22 ч.; 83,8 часов самостоятельной работы)

Цель дисциплины:

овладение студентами теоретическими знаниями и практикой проектной деятельности менеджмента в системе высшего образования, историей и логикой ее возникновения, предметом и спецификой методов менеджмента в вузе.

Задачи дисциплины:

- Формирование у студентов научно обоснованных, целостных представлений о специфике менеджмента в вузе.
- Развитие у студентов способности ориентироваться в содержании технологий менеджмента в вузе.
- Ознакомление студентов с дифференциацией и содержанием методов и форм менеджмента в вузе.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Изучение этой дисциплины должно осуществляться параллельно с освоением таких дисциплин, как «Современные проблемы науки и образования», «Психология и педагогика высшей школы», «Конфликтология в социально-педагогической деятельности», в результате изучения которых студент должен быть ознакомлен с концепциями социализации, основами вузовской педагогики, технологиями социально-педагогической деятельности.

Дисциплина имеет межпредметные связи с таким учебным курсом, как: «Управление в социально-педагогической деятельности».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-13, ПК-14, ПК-16

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-13	готовностью изучать состояние и потенциал управляемой системы и ее макро и микроокружения путем использования комплекса методов стратегического и оперативного анализа	Объект и предмет исследования теории организации, а также методы исследования, применяемые в теории организации; исторический и мировой опыт становления и развития маркетинга как	-применять полученные в процессе изучения дисциплины знания при осуществлении организационно - управленческой и исследовательской деятельности. -осуществлять маркетинговую деятельность, устанавливать деловые связи с потенциальными партнерами по бизнесу	Навыками самостоятельного освоения новых знаний, используя современные образовательные технологии навыками аргументации при рассмотрен

№ п.п.	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2	ПК-14	готовностью исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы	формы конкурентной борьбы за товарные рынки; -методологические и теоретические основы организации маркетинговой деятельности в объеме, необходимом для решения различных научных и практических задач; -сущность, содержание, цели, принципы и функции маркетинга; -современные концепции управления маркетингом и особенности их применения в современной коммерческой деятельности; -теории потребительских ценностей и мотивации поведения потребителей; -особенности планирования товарного ассортимента и управления портфелем заказов на продукцию современных организаций;	и активно участвовать в проводимых по профилю организации коммерческих программах, контактах и соглашениях; -применять современные формы и методы планирования и прогнозирования для определения приоритетных целей и перспективных задач маркетинговой деятельности организации, а также выбора оптимальных стратегий их решения; -определять товарную политику организации, анализировать потребительские свойства выдвигаемых ею на рынок изделий, содержание их параметрических рядов и полного товарного ассортимента с точки зрения влияния данных обстоятельств на решения покупателей о приобретении продукции данной организации; отслеживать рентабельность каждого проекта и давать рекомендации по его дальнейшему развитию или завершению; -определять ценовую политику организации и выявлять основные факторы, влияющие на решения по установлению и корректированию цен	ии типовых задач и ситуаций в организации – управленческой деятельностью; -анализа и решения конкретных маркетинговых задач, возникающих в ходе функционирования предприятия на рынке; -проведения маркетинговых исследований рынка и анализа полученных данных; -проведения маркетингового анализа поведения целевых потребителей предприятия; -оценки эффективности процесса сегментации рынка и стратегий позиционирования
3	ПК-16	готовностью использовать индивидуальные и групповые технологии принятия решений в управлении организацией, осуществляющей образовательную деятельность			

№ п.п.	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			-принципы, стратегии и методы формирования ценовой политики; -основы принятия маркетинговых решений в сбытовых системах; -особенности установления эффективных коммуникаций с деятелями рынка и потребителями; -цели, объекты, виды, способы и средства проведения маркетинговых исследований; -принципы проектирования управления маркетингом; -основы разработки эффективных маркетинговых программ; -основы международного маркетинга; - оптимальных организационных структур	на производимую ею продукцию; -исследовать структуру, состав и особенности работы сбытовой сети, обслуживающей потенциальные рынки; -осуществлять выбор наиболее оптимальных по длительности, стоимости и технической оснащенности каналов реализации продукции организации на выбранном рынке; -формировать покупательский спрос с помощью эффективных рекламных действий; -отбирать эффективные средства стимулирования сбыта (в т.ч. распространение образцов, упаковки по сниженной цене, премии, рекламные сувениры, награды постоянным клиентам, конкурсы, лотереи, игры и т.п.), позволяющие повысить объемы продаж продукции организации на выбранном рынке; -составлять план личной продажи; -осуществлять комплекс мероприятий по налаживанию связей с общественностью; -осуществлять поиск, сбор, обработку и интерпретацию	предприя- тия; -анализа и формиро- вания товарной, ассорти- ментной, сбытовой, ценовой и коммуника- ционной политики предприя- тия; -осуществле ния контроля маркетин- говой деятель- ности предприя- тия; -организа- ции маркетинго- вой деятель- ности предприя- тия. - самосто- ятельного овладения новыми знаниями.

№ п.п.	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				маркетинговых данных; -проектировать организационные структуры управления маркетингом, позволяющие добиться коммерческого успеха на выбранном рынке; -осуществлять систематический контроль за выполнением всех взятых организацией обязательств перед партнерами по бизнесу и клиентами.	

Структура дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
Аудиторные занятия (всего)	24	24
В том числе:		
Занятия лекционного типа	2	2
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	22	22
Самостоятельная работа (всего)	83,8	83,8
Самостоятельное изучение разделов	43,8	43,8
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	40	40
ИКР	0,2	0,2
Вид промежуточной аттестации: зачет	зачет	зачет
Общая трудоемкость час	108	108

Контактная работа-24,2 ч.

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Резник С.Д. Управление кафедрой .-Изд. 3-е ,перераб. и доп.-М.:ИНФА-М,2009.-607 с.
(Менеджмент в высшей школе).-Библиогр. в конце глав .-ISBN 99785160035642

Дополнительная литература:

1. Управление факультетом [Текст] : учебник / под общ. ред. С. Д. Резника. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 695 с. : ил. - (Менеджмент в высшей школе). - Библиогр. : с. 668-683. - ISBN 9785160036892 : 453 р. 09 к.
2. Психология и педагогика организаторской деятельности [Текст] : учебное пособие для магистрантов / Г. Ж. Микерова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2017. - 114 с. : табл. - Библиогр.: с. 111-113. - ISBN 978-5-8209-1316-7 : 21 р. 95 к.