Аннотации дисциплин/модулей
ДПП «Менеджмент организации»

Модуль 1. Введение в экономику организации

Цели и задачи модуля — освоение базовых понятий экономики организации и формирование навыков их практического применения.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь: анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
В результате освоения программы обучающийся должен знать: методы оценивания воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, специфику анализа рыночных и специфических рисков.

Тема 1. Основные экономические показатели деятельности предприятия
Тема 2. Фирма в условиях совершенной конкуренции
Тема 3. Совершенно конкурентная отрасль
Тема 4. Функционирование рынков товаров и услуг

Модуль 2. Организация как объект управления

Цели и задачи модуля — изучение системных особенностей структуры и функционирования организации, формирование представления о жизненном цикле организации, ОСУ, а также умений и навыков, связанных с анализом факторов внутренней и внешней среды.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.
В результате освоения программы обучающийся должен знать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

Тема 1.Определение, понятие и признаки организации
Тема 2. Сравнительная характеристика больших и малых организаций
Тема 3. Внутренняя среда организации
Тема 4. Внешняя среда организации

Модуль 3. Содержание функций управления

Цели и задачи модуля — формирование устойчивых знаний об основных функциях менеджмента, а также навыков, связанных с практической реализацией данных функций.
В результате освоения программы обучающийся должен владеть навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществление мероприятия
В результате освоения программы обучающийся должен знать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.

Тема 1. Введение. Функции процесса управления
Тема 2. Планирование
Тема 3. Организация
Тема 4. Мотивация
Тема 5. Контроль

Модуль 4. Основы маркетинга

Цели и задачи модуля — изучение основных понятий маркетинга, задач маркетинговой деятельности и методов оценки ее эффективности, принципов сегментирования рынков, классификации рынков, потребителей, товаров и услуг.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.
В результате освоения программы обучающийся должен знать методы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
Тема 1. Введение. Маркетинг как наука и практическая сфера деятельности
Тема 2. Типология и сегментация рынков
Тема 3. Покупательское поведение потребителей
Тема 4. Товар и стратегии его реализации
Тема 5. Ценовая политика в маркетинге
Тема 6. Маркетинговые коммуникации продвижения товара
Тема 7. Управление в маркетинге

Модуль 5. История развития управленческой мысли

Цели и задачи модуля — изучение причин, предпосылок появления управления как самостоятельной отрасли науки, а также освоение основных положений результатов исследований крупнейших управленческих школ конца XIX-начала XXI вв.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь проявлять способность к самоорганизации и самообразованию;
В результате освоения программы обучающийся должен знать принципы поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.

Тема 1. Этапы становления и основные направления развития управленческой мысли
Тема 2. Факторы развития управленческой мысли. Основные этапы развития управленческих воззрений с античности до конца XVIII в.
Тема 3. Управленческая мысль периода Промышленной революции и становления индустриального капитализма
Тема 4. Развитие управленческой мысли в 1930-40-е годы XX в.
Тема 5. Основные концепции и направления управленческой мысли 1940-х - 1970-х гг.
Тема 6. Управленческие теории конца XXв.

Модуль 6. Психология делового общения

Цели и задачи модуля — освоение основных видов деловых коммуникаций, принципов делового общения, делового этикета для реализации полученных навыков на практике.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.
В результате освоения программы обучающийся должен знать различные способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.

Тема 1. Понятие и сущность общения
Тема 2. Виды и типы делового общения
Тема 3. Общение как коммуникация
Тема 4. Формы делового общения. Деловая беседа
Тема 5. Деловые переговоры

Модуль 7. Управленческие решения

Цели и задачи модуля — формирование устойчивых представлений о сущности, типологии, методах и особенностях принятия управленческих решений.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки

сбалансированных управленческих решений; находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.
В результате освоения программы обучающийся должен знать методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

Тема 1. Сущность и содержание управленческих решений
Тема 2. Типология управленческих решений
Тема 3. Методы принятия управленческих решений
Тема 4. Особенности принятия управленческих решений в условиях риска и неопределенной среды

Модуль 8. Организационная культура

Цели и задачи модуля — осознание организационной культуры как необходимого компонента структуры организации, овладение навыками ее исследования и формирования.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществление мероприятия
В результате освоения программы обучающийся должен знать способы использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.

Тема 1. Концепция организационной культуры и корпоративного духа в современной парадигме управления
Тема 2. Модели организационной культуры
Тема 3. Формирование и развитие организационной культуры

Модуль 9. Управление конфликтами в деловой сфере

Цели и задачи модуля — изучение структуры конфликтов, а также стратегий поведения в конфликтных ситуациях в сфере делового общения.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.
В результате освоения программы обучающийся должен знать способы организации и поддержания связи с деловыми партнерами, при условии использования системы сбора необходимой информации для расширения внешних

связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

Тема 1.Определение конфликта. Структурная модель конфликта. Причины, условия и функции конфликта
Тема 2. Динамическая модель конфликта. Этапы и фазы конфликта
Тема 3. Управление конфликтом
Тема 4. Стратегии и тактики поведения в конфликте

Модуль 10. Управление персоналом

Цели и задачи модуля — изучение современных концепций управления персоналом с целью применения на практике полученных знаний и умений.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь планировать потребность в персонале, определять его численность и структуру, анализировать процессы движения персонала, осуществлять прием на работу, оформлять трудовой договор и другие необходимые документы.
В результате освоения программы обучающийся должен знать основные понятия, связанные с персоналом и управлением персоналом (человеческими ресурсами)), а также кадровой политикой; принципы и методы планирования персонала, основные факторы и показатели оценки персонала, способы его привлечения и этапы его отбора.

Тема 1. Понятие «персонал».
Тема 2. Численность персонала
Тема 3. Движение персонала и его анализ
Тема 4. Структура персонала
Тема 5. Понятие управления персоналом (человеческими ресурсами)
Тема 6. Модели управления персоналом
Тема 7. Понятие кадровой политики
Тема 8. Понятие и принципы планирования персонала
Тема 9. Методы планирования в работе с персоналом
Тема 10. Планирование потребности в персонале
Тема 11. Факторы и показатели оценки персонала
Тема 12. Привлечение персонала
Тема 13. Этапы отбора персонала
Тема 14. Прием на работу и оформление трудового договора

Модуль 11. Современный стратегический анализ

Цели и задачи модуля — освоение принципов и методов стратегического анализа для применения в практической деятельности при разработке стратегии и тактики развития организации.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь разрабатывать программу проведения стратегического анализа для организации; применять методы стратегического анализа
В результате освоения программы обучающийся должен знать понятие стратегического анализа, основные этапы его проведения.

Тема 1. Понятие стратегического анализа
Тема 2. Этапы стратегического анализа
Тема 3. Методы анализа внешней среды организации.

Модуль 12. Бизнес-планирование

Цели и задачи модуля — овладение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).
В результате освоения программы обучающийся должен уметь определять структуру, состав, объем бизнес-плана организации, составлять краткое изложение бизнес-плана, формировать финансовый план развития организации, проводить оценку рисков успешной реализации проекта
В результате освоения программы обучающийся должен знать роль бизнес-плана в современном предпринимательстве, значение отдельных частей его структуры для бизнес-плана в целом.

Тема 1. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве
Тема 2. Состав, структура и объем бизнес-плана
Тема 3. Краткое изложение или резюме бизнес-плана
Тема 4. Общие сведения о компании. Продукция и производственный процесс
Тема 5. Маркетинговые стратегии компании. Анализ рынка и план маркетинга
Тема 6. Финансовый план и финансовая стратегия
Тема 7. Оценка рисков успешной реализации проекта

Модуль 13. Организация рекламной деятельности

Цели и задачи модуля — формирование навыков разработки и реализации рекламной политики организации.
В результате освоения программы обучающийся должен уметь планировать и организовывать рекламную деятельность в организации, осуществлять контроль за рекламной деятельностью.
В результате освоения программы обучающийся должен знать основные этапы развития рекламы, значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, основные средства коммуникации, используемые в рекламных целях, законодательное регулирование в сфере рекламной деятельности.

Тема 1. Основные этапы развития рекламы
Тема 2. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций
Тема 3. Основные средства коммуникации, используемые в рекламных целях
Тема 4. Средства рекламы
Тема 5. Организация и планирование рекламной деятельности
Тема 6. Контроль и регулирование рекламной деятельности.

Модуль 14. Маркетинговые коммуникации

Цели и задачи модуля — формирование способности анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

В результате освоения программы обучающийся должен уметь планировать маркетинговые коммуникации, задействовать основные коммуникационные средства стимулирования сбыта, организовывать работу службы сбыта, осуществлять эффективный прямой маркетинг.
В результате освоения программы обучающийся должен знать понятие маркетинговых коммуникаций, их основные формы, а также основные каналы прямого маркетинга.

Тема 1. Понятие маркетинговых коммуникаций
Тема 2. Формы коммуникаций
Тема 3. Планирование маркетинговых коммуникаций
Тема 4. Коммуникационные средства
Тема 5. Основные средства стимулирования сбыта
Тема 6. Личные продажи и торговый персонал
Тема 7. Организация службы сбыта
Тема 8. Основные каналы прямого маркетинга
Тема 9. Эффективность и преимущества прямого маркетинга
Тема 10. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций