

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент»

Дисциплина «Менеджмент» является частью программы бакалавриата «Прикладная информатика (общий профиль, СУОС)» по направлению «09.03.03 Прикладная информатика».

Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование, систематизация и закрепление студентами основ теории и практики управления различными организациями (предприятиями, фирмами и др.) в современных условиях цифровой трансформации экономики, а также разработка стратегии основе знания закономерностей работы рыночного механизма для эффективной работы на всех уровнях в организации. Задачи: • Знать основные функции менеджмента, принципы построения организационных структур и методику распределения полномочий, обязанностей и ответственности, структуру внутренней и внешней среды организации, виды стратегий организации и составляющие разработки и реализации стратегии, а также особенности управления изменениями. • Уметь разрабатывать стратегию организации, в том числе маркетинговую, разрабатывать подходы к преодолению сопротивления изменениям в организации, а также выполнять аналитические и организационные работы по подготовке концепций, планов, графиков реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ, применяя сквозные цифровые технологии. • Владеть методами стратегического менеджмента, моделями анализа и реализации организационных изменений, навыками работы в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя низового звена, в том числе с использованием цифровых инструментов..

Изучаемые объекты дисциплины

• Законы, принципы и методы построения и функционирования организации; • Законы и принципы, лежащие в основе деятельности руководящих работников при управлении организацией; • Личностные (физиологические, психологические и социальные) требования, которым должен соответствовать руководитель; • Способы принятия и обоснования решений о методах развития организации в условиях неопределенности и риска в цифровой среде..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		1	2
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	72	36	36
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	36	18	18
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	16	16
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	2	2
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	108	36	72
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9		9
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	180	72	108

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
1-й семестр				
Модуль 1. Менеджмент как наука об управлении	6	0	6	6
Введение Социально-экономические факторы формирования менеджмента в России. Сущность менеджмента. Влияние цифровой трансформации экономики на менеджмент. Тема 1. Субъект и объект менеджмента Менеджер как субъект менеджмента. Уровни менеджмента: институциональный, управленческий, технологический. Цифровые технологии в работе менеджера. Организация как объект менеджмента. Формальные организации: командная группа, рабочая группа, комитеты. Неформальные организации: причины создания, модель Хоманса. Организация в условиях цифровизации.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 2. Основные управленческие функции	12	0	10	30
<p>Модуль 2. Основные управленческие функции</p> <p>Тема 2. Управленческая функция «Планирование» Сущность планирования. Подходы к планированию. Миссия организации. Цели организации. SMART-принцип. «Дерево целей». Цифровые инструменты, используемые при планировании.</p> <p>Тема 3. Управленческая функция «Организация» Разделение труда. Организационные структуры управления. Цифровые технологии как необходимый инструмент при создании организационных структур управления. Делегирование, ответственность и полномочия.</p> <p>Тема 4. Управленческая функция «Мотивация» Сущность мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Искусственный интеллект как основа построения системы мотивации.</p> <p>Тема 5. Управленческая функция «Контроль» Сущность контроля. Необходимость контроля. Виды контроля. Типы контроля. Процесс контроля. Цифровизация процесса контроля.</p>				
ИТОГО по 1-му семестру	18	0	16	36
2-й семестр				
Модуль 3. Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации	4	0	4	16
<p>Тема 6. Внутренняя среда организации, её исследование и анализ. Понятие и структура внутренней среды организации. Модели организации «Алмаз Левитта» и «7S McKinsey».</p> <p>Тема 7. Внешняя среда организации, её исследование и анализ. Понятие и структура внешней среды организации. Проведение исследования</p>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
внешней среды. PESTEL-анализ.				
Модуль 5. Модуль 5. Стратегическое управление изменениями	6	0	6	26
Тема 11. Особенности управления изменениями в организации. «Изменения в организации» как понятие и их классификация. Принципы и стратегии управления изменениями. Этапы организационных изменений Дж.Коттера. Тема 12. Сопротивление изменениям и его преодоление. Причины сопротивления персонала изменениям в организации. Подходы к преодолению сопротивления изменениям в организации. Этапы управления сопротивлением. Тема 13. Модели анализа и реализации организационных изменений. Модель стабильности изменений К.Левина. Анализ силового поля. Модель EASIER. Модель ADKAR				
Модуль 4. Выработка и реализация стратегии организации	8	0	6	30
Тема 8. Выработка и реализация стратегии организации. Процесс формирования стратегии и целей предприятия. Составляющие разработки и реализации стратегии. Базовые и эталонные стратегии. Тема 9. Методы стратегического менеджмента. SWOT-анализ. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Матрица И. Ансоффа. Анализ пяти сил М. Портера. Использование методов стратегического менеджмента, в том числе с использованием цифровых инструментов Тема 10. Стратегический маркетинг. Принципы и критерии сегментирования рынка. Составление профилей целевых сегментов компании, персонификация сегментов потребителей, в том числе с использованием цифровых инструментов. Позиционирование компании и её товаров,				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
услуг: стратегии и виды позиционирования. Формирование стратегии маркетинга.				
ИТОГО по 2-му семестру	18	0	16	72
ИТОГО по дисциплине	36	0	32	108