

АННОТАЦИЯ

Учебный курс «Основы менеджмента» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Основы менеджмента» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в т.ч. с использованием МАО 18 час.), самостоятельная работа (108 часов, в том числе на подготовку к экзамену 63 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1-м и 2 семестрах.

Дисциплина «Основы менеджмента» параллельно изучается с такими дисциплинами, как «Математика для экономистов», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Риторика и академическое письмо», «Экономическое мышление», «Современные информационные технологии», «Основы проектной деятельности» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Микроэкономика», «Основы управления персоналом», «Маркетинг», «Проектная деятельность», «Предпринимательство».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Сущность и методологические основы менеджмента организации: соотношение понятий «менеджмент» и «управление»; сущность управления организацией; современные модели менеджмента; значение менеджмента как вида деятельности в современных условиях; понятие организации; современные формы и модели торговых организаций; понятие внутренней и внешней среды торговой организации; персонал как объект управления; деловые партнеры торговых организаций; сбор данных, анализ и оценка состояния внутренней и внешней среды организации; структура организаций.

2. Функции менеджмента: понятие функции менеджмента и значение выделения функций для теории и практики менеджмента; общие и

специфические функции менеджмента в сфере торговли; методы управления персоналом как объекта управления в торговой организации; понятие, виды и этапы функции планирования; анализ, оценка и разработка стратегии торговых организаций; понятие, принципы и этапы функции организации; организационно-управленческая работа с коллективом, в том числе с малым; понятие мотивации и взаимосвязь его с понятием стимулирования; теории и принципы мотивации; трудовая мотивация; понятие и состав функции контроля; контроль за выполнением договоров в сфере торговли; методы управления; законодательная и нормативная документация, в том числе в сфере торговли как основа административных методов управления в решении профессиональных задач.

3. Организационно-управленческие решения и связующие процессы в менеджменте: понятие, значение и классификация управленческого решения и его особенности; специфика организационно-управленческих решений в отношении персонала торговой организации; основные этапы разработки и реализации управленческого решения; методы принятия организационно-управленческих решений в сфере торговли; управление как процесс коммуникаций, обмена информацией; сбор, хранение, обработка информации в управлении профессиональной торговой деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); роль компьютера и компьютерных технологий в управлении информацией для принятия эффективных управленческих решений в сфере торговли; групповая динамика, лидерство и руководство; техника деловых переговоров и заключение договоров как результат проведения деловых переговоров в сфере торговли.

Цель - формирование у студентов представления о менеджменте, его принципах, функциях и методах, формирование навыков практической деятельности и управленческого мышления, необходимых для принятия организационно-управленческих решений в сфере торговли.

Задачи:

- научить студента принимать различные организационно-управленческие решения в сфере торговли;
- освоить инструменты и алгоритмы, необходимые для принятия организационно-управленческих решений в сфере торговли;
- освоить принципы, способы и инструменты организации работы в сфере торговли;
- знать и владеть методиками и инструментами менеджмента в сфере торговли.

Для успешного изучения дисциплины «Основы менеджмента» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью к самоорганизации и самообразованию.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований	Знает	Виды и содержание нормативных документов, действующего законодательства, требований нормативных документов в торговом деле
	Умеет	Применять нормативные документы в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство и требования нормативных документов в торговом деле
	Владеет	Навыками использования на практике нормативных документов в своей профессиональной деятельности, навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных

нормативных документов		документов в торговом деле
<p>ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>	Знает	теоретические основы процесса сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); приемы, основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; основы работы с компьютером как со средством управления информацией в торговом деле
	Умеет	осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией в торговом деле
	Владеет	Навыками сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); навыками применения основных методов и средств получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как со средством управления информацией в торговом деле
<p>ПК-5 способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p>	Знает	Теоретические основы управления персоналом организации (предприятия); методы организационно-управленческой работы с малыми коллективами в торговом деле
	Умеет	Применять методы управления персоналом организации (предприятия); осуществлять организационно-управленческую работу с малыми коллективами в торговом деле
	Владеет	Навыками управления персоналом организации (предприятия) навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами в торговом деле
<p>ПК-6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p>	Знает	Основы работы с деловыми партнерами; технику проведения с ними деловых переговоров; виды, содержание и алгоритм процесса заключения договоров и контроля их выполнения в торговом деле
	Умеет	Осуществлять поиск и выбор деловых партнеров; применять технику проведения с ними деловых переговоров, заключения договора и контроля их выполнения в торговом деле

	Владеет	Навыками поиска и выбора деловых партнеров; навыками проведения с ними деловых переговоров; навыками заключения договора и контроля их выполнения в торговом деле
ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.	Знает	Методы анализа, оценки и разработки стратегии торговой организации
	Умеет	Проводить анализ, оценку и разработку стратегии торговой организации
	Владеет	Навыками анализа, оценки и разработки стратегии торговой организации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы менеджмента» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: анализ конкретных учебных ситуаций (метод кейсов), семинары-дискуссии, игроупражнения в форме индивидуальной работы студентов или работы студентов в малых группах.