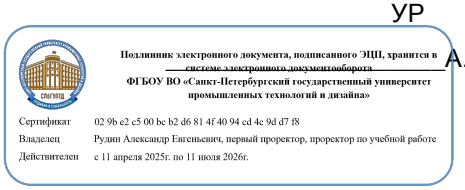
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.19 Основы менеджмента

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ВШПМ Реклама в медиаинд ОО №1-1-26.plx

Кафедра: 2 Полиграфического оборудования и управления

Направление подготовки: (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Реклама в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	17	34	66	27	4	Экзамен
	РПД	17	34	66	27	4	
Итого	УП	17	34	66	27	4	
	РПД	17	34	66	27	4	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, Заведующий кафедрой	_____	Тараненко Елена Юрьевна
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой полиграфического оборудования и управления	_____	Тараненко Елена Юрьевна
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	_____	Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области эффективного управления человеком в организации, включая методологические основы и закономерности менеджмента, функции, методы, организационные структуры, организацию процессов, технику и технологию управления в условиях рыночной экономики

1.2 Задачи дисциплины:

• Изучение основных понятий и принципов управления.
• Ознакомление с историей становления и развития теории и практики менеджмента.
• Анализ организации и организационных отношений в системе управления.
• Определение внешней и внутренней среды организации.
• Исследование принципов стратегического менеджмента.
• Формирование знаний, умений и навыков по управлению персоналом.
• Обучение процессам принятия управленческих решений.
• Рассмотрение социальной ответственности и культуры организации.
• Оптимальное использование ресурсов и потенциала предприятия с учетом требований рынка.
• Формирование методики рыночной деятельности предприятия.
• Развитие системы продвижения товаров на рынок, включая совершенствование функций товара, разработку и реализацию гибкой ценовой политики, повышение эффективности каналов товародвижения, рекламу.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

Основы теории коммуникации

Организационное поведение

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: основные понятия, теории и сферы применения менеджмента
Уметь: применять теоретические знания в области менеджмента для описания и анализа структуры управления организацией в разных ситуациях внутренней и внешней среды
Владеть: навыками оценки эффективности использования человеческих, материальных и иных ресурсов на предприятии или в организации

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Историческое значение термина «Менеджмент»	3					О
Тема 1. Менеджмент: сущность, основные этапы развития. Потребность и необходимость управления в деятельности человека. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Методологические основы определения сущности менеджмента. Коммуникации. Этапы развития менеджмента как науки, формирование научных школ. Практическое занятие: Принятие управленческих решений с помощью инструментов стратегического менеджмента.		2	4	8		

Тема 2. Становление и развитие теории и практики менеджмента. Исторический аспект изучения менеджмента. Эволюция менеджмента. Рассмотрение различных подходов к периодизации менеджмента. Школа научного менеджмента. Классическая школа управления. Школа человеческих отношений. Математическая школа управления. Современные проблемы управления. Классификация моделей менеджмента У. Оучи: американская, японская и современная маркетинговая/информационная модель. Особенности российского менеджмента. Практическое занятие: Сравнительный анализ американской и японской модели менеджмента		2	4	8	ИЛ	
Тема 3. Основные этапы трансформации управленческих отношений. Теоретические аспекты организации управления. Управленческие отношения (УО): сущность и структура. Эволюция теории управления. Этапы развития управления. Практическое занятие: Применение прием управления межличностными отношениями для повышения производительности труда.		2	4	8		
Раздел 2. Организация как объект и система управления						С
Тема 4. Формальные и неформальные организации. Формальные и неформальные группы и управление ими. Лидерство и стиль управления. Власть и партнерство. Делегирование полномочий. Источники власти в организации. Стили руководства: авторитарный, демократический, либеральный. Традиционные концепции лидерства: теория лидерских качеств; концепция лидерского поведения. Концепции ситуационного лидерства: модель ситуационного лидерства Фидлера; модель ситуационного лидерства Херсея и Бланшарда; модель лидерства «путь- цель» Хауза и Митчелла. Практическое занятие: Сравнительный анализ ситуационных моделей лидерства.		2	5	9	ГД	

Тема 5. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Понятие разделения труда и основные виды его специализации и организации. Функция управления, эволюция их состава и содержания. Централизация, децентрализация и делегирование полномочий в управлении и поиск их рационального соотношения.Понятие и классификация решений. Технология принятия решений. Организационные решения. Запрограммированные и незапрограммированные управленческие решения. Компромиссы. Интуитивные решения. Этапы рационального принятия решений. Факторы, влияющие на принятие решений. Оценка ситуации. Личностные оценки руководителя. Понятия определенности, неопределенности и риска в процессе принятия решений. Понятие риска. Виды рисков. Ограничения и негативные последствия при принятии решений. Практическое занятие: Разработка алгоритма принятия управленческого решения в условиях риска и неопределенности.		2	4	9		
Раздел 3. Организационные формы и структура управления организацией						
Тема 6. Структура и формы организаций. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой (механистический, органистический), по взаимодействию подразделений (традиционная, дивизиональная, матричная), по взаимодействию с человеком (корпоративная, индивидуалистическая). Новое в типах организаций (эдхократическая, многомерная, партисипативная, предпринимательская, организации ориентированные на рынок). Практическая работа: Оценка профессиональной пригодности кандидатур на должность руководителя PR -отдела.		2	4	8		О

Тема 7. Внешняя и внутренняя среда организации. Характеристики внешней среды: взаимосвязанность факторов, сложность, подвижность. Факторы прямого и косвенного воздействия. Среда прямого воздействия: потребители, поставщики, конкуренты, законы и государственные органы. Среда косвенного воздействия: технология, состояние экономики, социально-культурные факторы, политические факторы, международные факторы. Анализ конкурентной среды: пять сил конкуренции М.Портера. Внутренние переменные организаций: цели, структура, трудовые ресурсы, оборудование, материалы, материальные запасы, технология, культура организации. Цели организаций. Структура организаций. Высокие и плоские структуры. Управление трудовыми ресурсами. Технологии. Классификация технологий Дж.Вудворт и Дж.Томпсона. Практическое занятие: Анализ внутренней и внешней среды предприятия с помощью PEST и SWOT-анализа		2	5	8	РИ	
Тема 8. Методы и принципы построения организационных структур. Понятие организационной структуры предприятия. Основные виды организационных структур. Основные методы и принципы построения организационных структур. Критерии выбора организационной структуры. Централизация и децентрализация. Практическое занятие: Построение и совершенствование организационной структуры предприятия		3	4	8		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	66		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		53,5		90,5		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-5	Объясняет законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы по организации рекламы ; Разрабатывает планы по проведению рекламной кампании для каждого конкретного товара и рассчитывает расходы на рекламу; Применяет методы эффективных коммуникаций и определяет их роль в достижении стратегических целей организации	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, умение использовать теоретические знания для решения практических задач.	
4 (хорошо)	Ответ полный и правильный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но допущены в ответах небольшие погрешности, которые устраняются только в результате собеседования	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом при неполных, слабо аргументированных ответах. Присутствуют неточности в ответах, пробелы в знаниях по некоторым темам, существенные ошибки, которые могут быть найдены и частично устранены в результате собеседования	
2 (неудовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом при неполных, слабо аргументированных ответах. Присутствуют неточности в ответах, пробелы в знаниях по некоторым темам, существенные ошибки, которые могут быть найдены и частично устранены в результате собеседования. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 3	
1	Методологические основы определения сущности менеджмента.
2	Основные этапы развития менеджмента как науки.
3	Научные школы менеджмента
4	Классификация моделей менеджмента У. Оучи.
5	Управленческие отношения: сущность и структура.
6	Этапы развития управления
7	Формирование целей функционирования организации.
8	Политика и миссия организации
9	«Одномерные» учения об управлении.
10	«Синтетические» учения об управлении.
11	Источники власти в организации.
12	Стили руководства: авторитарный, демократический, либеральный.

13	Традиционные концепции лидерства.
14	Понятие разделения труда и основные виды его специализации.
15	Централизация, децентрализация и делегирование полномочий в управлении.
16	Понятие и классификация решений.
17	Технология принятия управленческих решений.
18	Типы организаций по взаимодействию с внешней средой.
19	Типы организаций по взаимодействию подразделений.
20	Характеристики внешней среды: взаимосвязанность факторов.
21	Внутренние переменные организаций.
22	Понятие организационной структуры предприятия.
23	Основные виды организационных структур.
24	Основные методы и принципы построения организационных структур.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания находятся в Приложении к данной РПД

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

При проведении экзамена время, отводимое на подготовку к ответу, составляет не более 40 мин. Для выполнения практического задания, как части экзаменационного задания, обучающему необходимо иметь калькулятор, также ему предоставляется необходимая справочная информация.

Сообщение результатов обучающемуся производится непосредственно после устного ответа на вопросы и представления результатов практической части экзамена.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Тезикова, Н. В., Мищенко, Е. С., Быковская, Е. В.,	Основы менеджмента	Тамбов: Тамбовский государственный технический	2021	https://www.iprbookshop.ru/122972.html
Климович, Л. К.	Основы менеджмента	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2021	https://www.iprbookshop.ru/125483.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Тараненко Е. Ю.	Основы менеджмента. Практические занятия	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209410

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/

База открытых данных Минтруда России [Электронный ресурс]. URL: https://rosmintrud.ru/opendata

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: http://ecsocman.hse.ru

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: https://www.restko.ru/

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

СПС КонсультантПлюс

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины Основы менеджмента

наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

наименование ОП (профиля): Реклама в медиаиндустрии

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)</th></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>1</td><td>Рекламная кампания проходит в 3-х городах России. Она состоит из пяти выходов (один раз в день) на канале "Х" в вечернее время (с 19.00 до 20.00). В качестве целевой аудитории выбрано население в возрасте 25-55 лет.

<table>
<tr><th>Город</th><th>Численность потенциальной аудитории</th><th>Рейтинг, %</th><th>Сумма рейтингов (п. 3 * кол-во выходов)</th><th>Количество контактов (п. 4 * п. 2)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr>
<tr><td>1</td><td>580 000</td><td>18</td><td>90</td><td>52 200 000</td></tr>
<tr><td>2</td><td>300 000</td><td>14</td><td>70</td><td>21 000 000</td></tr>
<tr><td>3</td><td>50 000</td><td>25</td><td>125</td><td>6 250 000</td></tr>
</table>

Определить общую (среднюю) сумму рейтингов всех размещений рекламы</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Сравните различные медиапланы с точки зрения экономической эффективности, рассчитав стоимость пункта рейтинга.
Бюджет одной рекламной кампании составлял 1 200 000 рублей и было набрано 280 пунктов рейтинга. Другая рекламная кампания обошлась в 1 400 000 рублей при наборе 350 рейтингов.</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Определите эффективность рекламы для трех компаний

<table>
<tr><th>Компания</th><th>Затраты на рекламу, руб.</th><th>Доля затрат в отрасли, %</th><th>Рыночная доля, %</th></tr>
<tr><td>А</td><td>2000000</td><td>57,1</td><td>40</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>1000000</td><td>28,6</td><td>28,6</td></tr>
<tr><td>В</td><td>500000</td><td>14,3</td><td>31,4</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>