

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является подготовка студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» к Федеральному Интернет-экзамену для выпускников бакалавриата (ФИЭБ) и внутренней процедуре контроля качества знаний. ФИЭБ реализуется как добровольная сертификация выпускников бакалавриата на соответствие требованиям ФГОС. Актуальность проекта обусловлена внесением изменений в ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», который дополнен статьей 95.1: «Независимая оценка качества подготовки обучающихся по инициативе участников отношений в сфере образования в целях подготовки информации об уровне освоения обучающимися образовательной программы или ее частей, предоставления участникам отношений в сфере образования информации о качестве подготовки обучающихся».

Задачи курса:

- Систематизация знаний в области теории и практики маркетинга, а также закрепление навыков их использования в маркетинговой деятельности коммерческих и некоммерческих предприятий различных отраслей народного хозяйства.
- Закрепление знаний и умений по использованию методологии системно-ситуационного анализа и стратегического планирования для разработки и организации стратегии организации.
- Закрепление знаний и умений студентов в области общей теории менеджмента, формирование современного управленческого мышления, практической организации и реализации управленческой деятельности.
- Формирование навыков и закрепление теоретических знаний в области экономической теории, и анализа механизма действия экономических законов на микро- и макроуровне;
- Закрепление комплекса знаний, необходимых для управления процессами движения капитала предприятий и корпораций, формирования, распределения и использования финансовых ресурсов и формирование навыков использования технических приемов в области управления финансовой деятельностью компании с целью повышения его эффективности;
- Формирование у студентов навыков и базовых знаний, необходимых для проведения управленческого экономического анализа хозяйственной деятельности производственного предприятия.

1.2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.

Дисциплина «Теория управления организацией» включена в учебный план, как дисциплина для студентов 4 курса Института Менеджмента и предпринимательства, направленная на подготовку студентов к Федеральному Интернет экзамену. Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента направления подготовки «Маркетинг» формируются на основе дисциплин: «История управленческой мысли»; «Теория организации»; «Организационное поведение»; «Маркетинг»; «Управленческий учет»; «Финансовый анализ»; «Стратегический менеджмент»; «Бизнес-планирование»; «Экономическая теория»; «Финансовый менеджмент»; «Статистика»; «Статистический анализ данных». Для студентов направления подготовки «Маркетинг» дисциплина «Теория управления организацией» является предшествующей / параллельно изучаемой для дисциплин «Коммерческая деятельность»; «Маркетинговые коммуникации»; «Управление продажами»; «Менеджмент маркетинг»; «Основы управления продуктом» и др.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента направления подготовки «Менеджмент организации» формируются на основе дисциплин: «История управленческой мысли»; «Теория организации»; «Организационное поведение»; «Маркетинг»; «Управленческий учет»; «Финансовый анализ»; «Стратегический

менеджмент»; «Бизнес-планирование»; «Экономическая теория»; «Финансовый менеджмент»; «Статистика»; «Статистический анализ данных». Для студентов направления подготовки «Менеджмент организации» дисциплина «Теория управления организацией» является предшествующей / параллельно изучаемой для дисциплин «Корпоративное право и аудит»; «Эффективный менеджмент»; «Корпоративный менеджмент»; «Международный менеджмент» и др.