

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Теория организации и организационное поведение»
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»

1. Цель дисциплины:

формирование систематизированных знаний методологических, практических аспектов, составляющих основу управления организацией и организационным поведением; умения обеспечения эффективной хозяйственной деятельности на основе оптимизации организационной структуры хозяйствующих субъектов.

Изучается в 4 семестре (очная форма), 3 семестре (заочная форма).

Задачи дисциплины:

- уяснение слушателями основных понятий организационного менеджмента;
- изучение методологических, теоретических и методических аспектов управления организацией и организационным поведением;
- изучение методов диагностики изменений на этапах жизненного цикла организации;
- изучение методов управления организационным поведением;
- формирования умения моделировать выбор стратегии развития организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина относится к базовой части и является дисциплиной модуля общепрофессиональных дисциплин направления подготовки.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Корпоративное управление и корпоративная социальная ответственность», «Операционный менеджмент», «Стратегический менеджмент», «Основы бизнеса».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Управление человеческими ресурсами», «Финансовый и инвестиционный менеджмент».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению (**ПКН-1**).

Владение основными теориями управления человеческими ресурсами и формирования организационной культуры, а также принципами построения компенсационных систем для решения управленческих задач (**ПКН-4**).

Способность предлагать и обосновывать варианты управленческих решений (**СЛК-3**).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- методологию научного исследования организационных преобразований в экономике ее уровни: философский, общенаучный, частнонаучный;
- теоретико-методические основы организации и организационного поведения;
- подходы, методы, функции процесса управления, в том числе метод «черного ящика», метод «белого ящика»;
- значение организационной стратегии для бизнеса, роль ценностей, видения и миссии компании;
- методики анализа привлекательности отрасли, в том числе матрица «Дженерал Электрик–Мак Кинзи»;
- методику анализа отраслевой структуры;
- методику анализа конкурентов и анализа сегментации рынка, особенности вертикальной сегментации;
- методику стратегического группового анализа;

- роль ресурсов и способностей в формулировании стратегии;
- принципы формирования организационной структуры;
- концепцию сравнительного национального преимущества и национальный "бриллиант" Портера;
- многонациональные стратегии, такие как глобализация и национальная дифференциация;

уметь:

- формулировать миссию и видение компании;
- применять анализ отраслевой структуры для прогнозирования прибыльности отрасли;
- проводить все стадии анализа рыночной сегментации: определение переменных, построение матрицы, анализ привлекательности сегмента, определение факторов успеха в сегменте, выбор широты охвата сегментов;
- использовать результаты анализа конкурентов и анализа сегментации для формулировки стратегии;
- определять принадлежность компании к стратегической группе при стратегическом позиционировании;
- идентифицировать и оценивать ресурсы фирмы;
- использовать результаты анализа ресурсов, преимуществ и слабых сторон для создания стратегий, опирающихся на внутренние сильные стороны фирмы и защищающие ее от внутренних слабостей;
- применять принципы организационного дизайна, позволяющие выбирать организационные структуры, соответствующие специфическим задачам бизнеса;
- различать два основных типа конкурентного преимущества: по издержкам и дифференциации;
- применять анализ конкурентных преимуществ для формирования бизнеса и стратегии и оценки влияния национальных факторов на эффективность деятельности компании;

владеть:

- подходами и методами формирования целей деятельности компании;
- навыками анализа конкурентной среды и сегментации рынка;
- тактикой "подачи сигналов" при стратегическом управлении организацией и организационным поведением;
- навыками оценки степени пригодности ресурсов и способностей компании для обеспечения устойчивого эффективного развития;
- практикой применения принципов формирования оптимальной организационной структуры и организационного поведения;
- навыками анализа конкурентных преимуществ в международном контексте

Распределение времени по видам занятий

Очная форма:

Объем часов аудиторных занятий 72 час.

Лекции 36 час.

Семинарские и практические занятия 36 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 72 час.

В т.ч. контрольная работа

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 144 часа (4 з.е.)

Заочная форма:

Объем часов аудиторных занятий 16 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 12 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 128 час.

В т.ч. курсовая работа

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 144 часа (4 з.е.).