



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

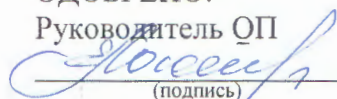
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра экономической теории

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

 Е.Е.Ломакина
(подпись)

« 01 » сентября 20 21 г.

Рабочая программа дисциплины
Коммерция

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью



1. Цели освоения дисциплины

Основной целью изучения курса «Коммерция» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области управления, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения в их будущей профессиональной деятельности.

Основная цель дисциплины конкретизируется в следующих положениях:

- приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения в их будущей профессиональной деятельности;
- рассмотреть со студентами основные проблемы теоретического и практического менеджмента;
- ознакомить студентов с процессом принятия управленческих решений;
- показать особенности управления функциональными подсистемами государственного предприятия;
- предоставить возможность студентам обсудить пути решения проблем, возникающих в процессе руководства предприятием;
- развить самостоятельность мышления и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ООП.

Дисциплина «Коммерция» является одной из базовых дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла. К выходным знаниям относится понимание сущности экономических процессов в СМИ, закономерностей их развития, а также основных положений менеджмента в СМИ.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина (согласно матрице соответствия компетенций и составляющих ОПП).

Будучи связанным с целым комплексом профессиональных, гуманитарных, социальных и экономических дисциплин, курс вырабатывает наряду с ними способности использования основных положений и методов этих дисциплин при решении профессиональных задач, а также позволяет формировать следующие способности:

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению



маркетинговая деятельность: способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационных проектов (ПК – 2).

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с формируемыми компетенциями.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен.

- **Знать:** основы менеджмента и маркетинга, историю и основные теории менеджмента, основы бизнес-процессов
- **Уметь:** кооперироваться с коллегами и работать в коллективе, принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и обладать готовностью нести за них ответственность, принимать решения, в том числе, в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений, участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать психологический климат в коллективе, мотивировать сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществлять работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.
- **Иметь навыки:** основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов, способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связи с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации, навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами,

4. Содержание дисциплины.

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа из них 36 часов контроль).

4.1. Содержание дисциплины соотнесенное с видами и трудоемкостью учебных занятий.

/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля успеваемости (по



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

				За нятия лекцио н-ного типа	За нятия семина р-ского типа	Са мосто- ятельна я работа	неделям семестра.) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
	Введение коммерческую деятельность	в		3	3	4	Собеседов ание (2-я н.)
.	Основные коммерции			3	3	18	Собеседов ание, тестирование, рецензирование письменных сообщений (6- 7-ые н.)
	Электронная коммерция			4	4	6	Тестирова ние, собеседование (12-я н.)
	Организация коммерческих процессов			4	4	24	Термиоло гический диктант, тестирование (1-10 н.)
	Аналитика коммерции	в		4	4	20	Термиоло гический диктант, тестирование (10-18 н.)
							Зачет и Экзамен
Итого: 144 ч.				18	18	72	

4.2. Развернутое описание содержания учебного материала по разделам (темам)

Раздел №1. Введение в менеджмент

Тема №1. Этапы становления и развития теории менеджмента.

1. Условия и предпосылки возникновения менеджмента.



2. Основные направления развития менеджмента.

Тема №2. Предмет и метод менеджмента.

1. Предмет менеджмента. Функции менеджмента.

2. Метод менеджмента.

Раздел №2. Основные теоретические школы менеджмента.

Тема №3. Управление людьми: исторический очерк.

1. Предпосылки появления менеджмента как науки.

2. Эволюция практики развития менеджмента.

3. Эволюция теории развития менеджмента.

Тема №4. Основные школы европейского менеджмента.

1. Исторические условия возникновения основных школ европейского менеджмента.

2. Основные школы европейского менеджмента (Анри Файоль, Макс Вебер).

Тема №5. Основные школы американского менеджмента.

1. Исторические условия возникновения основных школ американского менеджмента.

2. Основные школы американского менеджмента. Школа «человеческих отношений».

Тема №6. Японская школа менеджмента.

1. Исторические условия возникновения основных школ японского менеджмента.

2. Основные школы японского менеджмента. Основные различия японского и американского менеджмента.

Тема №7. Русская школа управления.

1. Становление науки управления в России.

2. Развитие науки управления в XX веке.

Тема №8. Современная идея управления.

1. Современная идея управления.

2. Современные теории менеджмента (процессный, системный, ситуационный).

Раздел №3. Общие основы организаций.

Тема №9. Организация: сущность и основные черты.

1. Общая характеристика организации.

2. Формальные и неформальные организации.



Тема №10. Структура, формы и типы организаций.

1. Структура и формы организаций.
2. Типы организационных структур.

Тема №11. Проектирование организационных структур.

1. Этапы проектирования организационных структур.
2. Основные требования к организационным структурам.

Раздел №4. Общие основы процесса управления.

Тема №12. Разделение труда и его основные формы.

1. Разделение труда: сущность и основные формы.
2. Горизонтальное и вертикальное разделение труда.

Тема №13. Управленческая деятельность: сущность и уровни управления.

1. Сущность управленческой деятельности. Объект и субъект управления.
2. Уровни управления.

Тема №14. Принципы и методы управления.

1. Характеристика основных функций управления.
2. Принципы и методы управления.

Тема №15. Основные теории мотивации.

1. Изменение в условиях производства и необходимость мотивирования труда.
2. Основные теории мотивации.

Тема №16. Общая характеристика мотивации.

1. Общая характеристика мотивации.
2. Мотивы и их классификация. Оптимальная система мотивации труда.
3. Основные принципы проектирования оптимальных систем мотивации.

Раздел №5. Процесс принятия решений.

Тема №17. Принятие решений.

1. Содержание и виды управленческих решений.
2. Принятие решений.

Тема №18. Методы и индивидуальные стили принятия решений.

1. Методы принятия решений.
2. Индивидуальные стили принятия решений.



Тема №19. Условия эффективности управленческих решений.

1. Основные факторы, предъявляемые к эффективности решений.
2. Требования, предъявляемые к управленческим решениям и моделям деятельности исполнителя.

Тема №20 Информационное обеспечение принятия управленческих решений.

1. Роль информации в процессе управления. Классификация информации.
2. Свойства и характеристики информации. Информационные потоки и технологии управления. Технические средства работы с информацией.
3. Регулирование количества и качества информации.

Тема №21. Организация и контроль выполнения решений.

1. Организация и контроль выполнения решений.
2. Функции контроля исполнения

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ

Формой итогового контроля подготовки студентов по курсу «Основы менеджмента» является зачет.

Основной разновидностью промежуточной проверки понимания терминологии и проблем считается межсессионная аттестация, которая проводится в середине семестра. В процессе аттестации учащиеся, которые пропускали лекционные и практические занятия или недостаточно активно работали на них, отчитываются по соответствующим темам и участвуют в собеседовании по отдельным разделам дисциплины. Свои знания можно предварительно проверить по «Тестовым заданиям по курсу «Основы менеджмента». Проблемные вопросы и тесты, а также терминологические диктанты предоставляются всем остальным студентам. Диктанты являются формой промежуточного контроля.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).

а) Основная литература.

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник для экон. спец. вузов. М.: Высш. шк., 1994.-224 с.
2. Бандурка А. М., Бочарова С. П., Землянская Е. В. Психология управления. Харьков: ООО «Фортуна-пресс», 1998.- 284 с.
3. Жариков Е. С. Психология управления: Книга для руководителей и менеджеров по персоналу. М.: МЦ ФЭК, 2002.-512 с.



4. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента: Учебник. Мн. БГЭУ, 1996.
5. Психология менеджмента: Учебник / Под ред. Проф. Г. С. Никифорова. СПб.: Изд. СПбГУ, 2000.- 578 с.

б) Дополнительная литература.

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 416 с.
2. Батра, Раджиев, Майерс, Джон Дж., Аакер, Дэвид А. Рекламный менеджмент. Пер. с англ. – 5-е изд. М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 1999. – 784 с.
3. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. М.: ИНФРА-М, 1999. – 392 с.
4. Бернард Блейк, Рейнир Крэкман, Анна Тарасова. Комментарий Федерального закона об Акционерных обществах. Под редакцией А.С. Тарасовой. Издательство «Лабиринт», М., 1999. – 720 с.
5. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. М.: Ассоциация авторов и издателей. ТАНДЕМ. Издательство ЭКМОС, 1998. – 416 с.
6. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Гардарики, 1999. – 296 с.
7. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998. – 228 с.
8. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник, — 3-е изд., перераб. и доп. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 501 с.
9. Герчикова И.Н. Международные экономические организации: регулирование мирохозяйственных связей и предпринимательской деятельности. Учеб. пособие. М.: Издательство АО «Консалтбанк», 2000. – 624 с.
10. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент. Лидерам реорганизации и консультантам по управлению. Учебное пособие. М.: Дело, 1999. – 496 с.
11. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. М.: Издательская группа ИНФРА•М-НОРМА, 1997. – 560 с.
12. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. С.Д. Ильенковой. М.; Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
13. История менеджмента: Учеб. пособие/ Под ред. Д.В. Валового. М.: ИНФРА-М, 1997. – 256 с.
14. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Академический Проект, 2000. – 352 с.
15. Козловский В.А., Маркина Т.В., Макаров В.М. Производственный и операционный менеджмент. Учебник. СПб.: «Специальная Литература», 1998. – 366 с.
16. Литвинюк А.А. Организационное поведение: Учебное пособие. М.: МГУК, 1998. – 100 с.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

-
17. Международный менеджмент. Учебник для вузов / Под ред. С.Э. Пивоварова и др. СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 624 с.
18. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента /Пер. с англ. М.: Дело, 2000. – 704 с.
19. Об обществах с ограниченной ответственностью. М.: ЮРАЙТ, 1999. – 48 с.
20. Русинов Ф.М., Никулин Л.Ф., Фаткин Л.В. Менеджмент и самоменеджмент в системе рыночных отношений: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 1996. – 352 с.
21. Семенова И.И. История менеджмента: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 222 с. *
22. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник для вузов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 447 с. (с грифом Министерства образования).
23. Федеральный закон «О Государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». – 2-е изд., доп. М.: Издательство «Ось -89», 1999. – 16 с.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Новикова, З.Т. Экономическая теория. Учебное пособие для вузов / З.Т. Новикова. - М. : Академический проект, 2005. - 384 с. - (Gaudeamus). - ISBN 5-8291-0535-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223375>

2. Современная экономическая наука : учебное пособие / под ред. Н.Н. Думная. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 535 с. - ISBN 978-5-238-02209-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118147>.

Дополнительная литература:

1. Кузнецов, Б.Т. Макроэкономика : учебное пособие / Б.Т. Кузнецов. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 464 с. - ISBN 978-5-238-01524-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115415>

2. Щеглов, А.Ф. Экономика: альбом схем : учебное пособие / А.Ф. Щеглов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Российская академия правосудия, 2011. - 332 с. - ISBN 978-5-93916-303-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140800>

3. Трунин, С.Н. Макроэкономика / С.Н. Трунин, Г.Г. Вукович. - М. : Финансы и статистика, 2008. - 312 с. - ISBN 978-5-279-03189-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=59579>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>
Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>
СПС «КонсультантПлюс» www.konsultant.ru
Федеральная служба государственной статистики www.gks.ru

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office, интернет-браузер Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: демонстрационное оборудование; электронные пособия (презентации.), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.).

Автор(ы) рабочей программы дисциплины: к.экон.н., доцент Солдатов В.В.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании Отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью

«31» августа 2021 г., протокол № 1

Программа обновлена
протокол заседания отделения № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ Е.Е Ломакина
(подпись)