

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 05.10.2025 05:37:58

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Норильский государственный индустриальный институт»

НГИИ

**Комплект аннотаций рабочих программ дисциплин
основной профессиональной образовательной программы**

38.04.02 «Менеджмент»

Направление подготовки/специальность: 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль): «Управление малым бизнесом»

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

Норильск - 2021

Оглавление

Индекс	Наименование дисциплины, практики, ГИА	Номера страниц
<i>Б1.О.01</i>	Основы научных исследований	3
<i>Б1.О.02</i>	Деловой иностранный язык	4
<i>Б1.О.03</i>	Методы исследований в менеджменте	5-6
<i>Б1.В.01</i>	Методология стратегического управления	7-8
<i>Б1.В.02</i>	Управление промышленными предприятиями	9
<i>Б1.В.03</i>	Кадровый менеджмент	10
<i>Б1.В.04</i>	Маркетинговые стратегии	11-12
<i>Б1.В.05</i>	Управление проектами	13
<i>Б1.В.06</i>	Бизнес-планирование	14
<i>Б1.В.07</i>	Диагностика финансового состояния предприятий и отраслей	15-16
<i>Б1.В.08</i>	Организационное поведение	17
<i>Б1.В.ДВ.01.01</i>	Современные системы менеджмента: теория, стандарты, практика	18
<i>Б1.В.ДВ.01.02</i>	Наилучшие доступные технологии: аспекты менеджмента	19
<i>Б1.В.ДВ.02.01</i>	Управление изменениями	20-21
<i>Б1.В.ДВ.02.02</i>	Управление знаниями	22-23
<i>Б1.В.ДВ.03.01</i>	Мотивация поведения	24
<i>Б1.В.ДВ.03.02</i>	Лидерство в организации	25-26
<i>Б1.В.ДВ.04.01</i>	Методология стратегического анализа	27-28
<i>Б1.В.ДВ.04.02</i>	Стратегический анализ	29-30
<i>Б3</i>	Государственная итоговая аттестация	31-32
<i>ФТД.01</i>	Профессионально-ориентированный перевод	33
<i>ФТД.02</i>	Психология социального взаимодействия	34
	Всего:	34

Общенаучные методы исследования ситуаций
Специфические методы исследования ситуаций
Системы и закономерности их функционирования и развития
Системный анализ в исследовании управления
Социологические исследования систем управления
Особые методы исследования систем управления

Стратегическое управление: ключевые гипотезы, философия и видения организации. Функциональные и стратегические цели.

Виды конкурентных преимуществ. Концепция «пяти сил». Реализация и управление конкурентными преимуществами. Определение стратегии развития бизнеса. Выбор стратегий.

Виды и типы стратегий, содержание, формирование. Эталонные стратегии. Конкурентные стратегии. Стратегии роста. Маркетинговые стратегии. Функциональные стратегии.

Понятие, инструменты, система стратегического планирования.

Стратегическое значение потенциала. Компоненты потенциала: снабжение, производство, сбыт. Капитал и его стратегическое значение. Стратегический менеджмент в технологической

Цели и стратегии бизнеса

Стратегия маркетинга

Инструменты маркетинга: планирование товара

Инструменты маркетинга: планирование цены

Инструменты маркетинга: планирование распределения

Инструменты маркетинга: планирование продвижения

Формы и состав плана маркетинга

Тема 1. Понятие, значение и задачи анализа финансового состояния предприятия.

Тема 2. Порядок отражения в бухгалтерском балансе хозяйственных операций.

Тема 3. Группировка статей в бухгалтерском балансе и их содержание.

Тема 4. Анализ структуры актива баланса.

Тема 5. Анализ структуры пассива баланса. Оценка рыночной устойчивости предприятия.

Тема 6. Анализ взаимосвязи актива и пассива баланса. Оценка финансовой устойчивости предприятия.

Тема 7. Анализ эффективности и интенсивности использования капитала. Оценка деловой активности предприятия.

Тема 8. Оценка эффективности использования собственного и заемного капитала.

Тема 9. Анализ платежеспособности и кредитоспособности предприятия.

Тема 10. Анализ финансового состояния предприятия: оценка запаса финансовой устойчивости (зоны безопасности) предприятия.

Тема 11. Анализ финансового состояния предприятия: оценка финансового состояния неплатежеспособных субъектов хозяйствования.

Компетенции менеджера по изменениям. Менеджер и лидер. Необходимость формирования лидерских навыков у менеджеров по изменениям. Особенности мышления лидеров. Ожидание лидеров от высшего руководства.

Модели управления изменениями.

Модели изменений поведения человека. Сравнительная характеристика моделей. Условия, необходимые для изменения мировоззрения и поведения человека. Управление изменениями с помощью моделей человеческих систем.

Подготовка к изменениям и их планированию.

Место процедур подготовки и планирования в процессе управления изменениями. Определение необходимости осуществления изменений и формулировки целей изменений. Создание команд по управлению изменениями.

Организационная диагностика: необходимость проведения и содержание. Принятие решения относительно оптимального варианта изменений. Разработка проекта изменений.

Традиционные и современные методы управления изменениями: методы, ориентированные на людей и культуру; методы, ориентированные на задание и технологии; методы, ориентированные на структуру и стратегию.

Современные методы управления изменениями. Аутсорсинг: виды и особенности применения. Бенчмаркинг и специфика его использования в управлении изменениями. Реинжиниринг бизнес-процессов. Система управления бизнес-процессами. Тотальное управление качеством. Области и проблемы применения методов управления изменениями

Предпосылки изменений. Крайние подходы к управлению изменениями: организационное развитие и хозяйственный реинжиниринг. Сравнительная характеристика крайних подходов. Дифференцированное и интегрированное управление изменениями

Взаимосвязь стратегии и стратегических изменений. Формы стратегических изменений: трансформация, реструктуризация, реорганизация. Сущность и причины реструктуризации. Методы и средства реструктуризации. Формы реструктуризации. Проблемы и факторы успеха, основные этапы.

Задачи управления знаниями. Цикл преобразования знания. Фазы управления знаниями.
Государственные стандарты по управлению знаниями.

Государственное управление знаниями. Тенденции в области
управления знаниями в Российской Федерации. Стратегия развития науки и
инноваций в РФ «Инновационная Россия 2020».

Лестница знаний по Норту. Модель Пробста. Цепочка создания
знания. Пять составляющих перемен. 10 заповедей преобразователя.

Корпоративная система управления знаниями. Интегральная модель
управления внедрением системы менеджмента знаний на предприятии.

Лидерство через взаимодействие лидера с группой и с отдельными членами группы.
Процесс формирования и развития лидерства в группе.

Личностно-ситуационные теории (объединение теорий личностных черт и ситуационных теорий)

Невостребованное или несостоявшееся лидерство. Заменители и нейтрализаторы лидерства.

Ключевые гипотезы моделей SWOT-анализ, БКГ, Мак-Кинси, АДЛ/ЛС, ШЕЛЛ, матрица Ансоффа, трех-мерная схема Абеля.

Виды конкурентных преимуществ. Концепция «пяти сил». Реализация и управление конкурентными преимуществами. Определение стратегии развития бизнеса.

Портфельный анализ. Модели стратегического анализа: SWOT-анализ, БКГ, Мак-Кинси, АДЛ/ЛС, ШЕЛЛ, матрица Ансоффа, трех-мерная схема Абеля.

Анализ среды окружения. Методы, средства и модели страт.анализа

Понятие стратегического менеджмента, цели и задачи, гипотезы, функции. Стратегический менеджмент, его место и функции в системе управления организацией. Ключевые гипотезы стратегического менеджмента. Философия и миссия организации. Функциональные и стратегические цели.

Виды конкурентных преимуществ. Концепция «пяти сил». Реализация и управление конкурентными преимуществами. Определение стратегии развития бизнеса. Выбор стратегий. Виды и типы стратегий, содержание, формирование. Эталонные стратегии. Конкурентные стратегии. Стратегии роста. Маркетинговые стратегии. Функциональные стратегии.

Анализ среды окружения. Методы, средства и модели страт.анализа.

Портфельный анализ. Модели стратегического анализа: SWOT-анализ, БКГ, Мак-Кинси, АДЛ/ЛС, ШЕЛЛ, матрица Ансоффа, трех-мерная схема Абея.

Информационное обеспечение стратегического анализа, функции стратегической информации.

Понятие, инструменты, система стратегического планирования.

Стратегическое значение потенциала. Компоненты потенциала: снабжение, производство, сбыт. Капитал и его стратегическое значение. Стратегический менеджмент в технологической

Аннотация
государственной итоговой аттестации

Трудоемкость в зачетных единицах	9 з.е.		
Часов (всего) по учебному плану	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
	семестр		
	4		5
включая: подготовку к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы	324 часа		324 часа

Форма текущей аттестации	Экзамен		Экзамен
--------------------------	---------	--	---------

Цель государственной итоговой аттестации: оценка подготовленности обучающегося к решению задач профессиональной деятельности.

Примерные темы выпускных квалификационных работ:

1. Методы совершенствования организационных коммуникаций на предприятии.
2. Формирование методов мотивации работников как фактор повышения эффективности деятельности организации.
3. Оптимизация структуры и эффективность управления персоналом предприятия.
4. Повышение эффективности рекламной деятельности страховых организаций.
5. Совершенствование организации деятельности предприятия.
6. Организация управления стратегии планирования предприятия.
7. Особенности финансового планирования на предприятии.
8. Совершенствование системы оплаты труда и стимулирование персонала предприятия.
9. Формирование концепции и методика комплексного анализа финансово-экономической деятельности предприятия.
10. Инновационная стратегия как основа устойчивого развития предприятия.
11. Бизнес-планирование в системе менеджмента и оценка управления рисками на предприятии.
12. Стратегический анализ и прогнозирование хозяйственно-финансовой деятельности на предприятии.
13. Экономическая диагностика и прогнозирование развития регионального рынка услуг.
14. Оценка эффективности управленческих решений и система контроля на предприятии.
15. Формирование и направления эффективного использования финансовых ресурсов предприятия.
16. Современные стратегии инновационного развития предприятий.
17. Эффективная стратегия реализации рекламной деятельности на предприятии.
18. Оптимизация структуры управления и эффективность работы персонала предприятия.
19. Совершенствование механизмов и стратегия формирования мотивационного потенциала персонала предприятия.
20. Диагностика и стратегия развития системы современного менеджмента.
21. Анализ и особенности организационного развития предприятия.
22. Организация и управление системы инновационного риска на предприятии.
23. Маркетинговая стратегия и формирование конкурентных преимуществ предприятия.
24. Оценка кризисных ситуаций и анализ бизнес-планирования предприятия.
25. Совершенствование организации анализа финансово-экономического состояния предприятия.

26. Формирование инновационной стратегии на предприятиях и методы ее реализации.
27. Управление и оценка инвестиционных процессов в условиях конкуренции.
28. Конкурентные преимущества предприятия: методы определения и пути их использования.
29. Анализ организационной структуры управления предприятия и разработка проекта по ее совершенствованию.
30. Совершенствование механизмов управления конкурентоспособностью предприятия.
31. Стратегия развития корпоративной культуры предприятия в условиях управления изменениями.
32. Финансовая устойчивость предприятия: оценка и методы их обеспечения.
33. Эколого-экономическая безопасность на предприятии и модели ее реализации.
34. Методология антикризисного управления предприятий в современных условиях.
35. Стратегия развития системы инновационного риска на предприятии.
36. Совершенствование системы управления мотивацией персонала на предприятии.
37. Формирование и развитие механизма мотивации, и стимулирование труда в системе управления предприятием.
38. Организация маркетинга на малом предприятии.
39. Выбор целевых рынков малым или средним предприятием.
40. Маркетинговое обоснование возможности открытия ресторана (торгового предприятия) в малом бизнесе.
41. Маркетинговые решения при создании стартапа.
42. Разработка маркетинговой стратегии вывода на рынок нового товара (услуги) для малого или среднего предприятия.
43. Анализ рынка на основе метода Абеля.
44. Сегментация потребителей для малого предприятия.
45. Маркетинговое обоснование рекламной компании.
46. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы.
47. Организация и эффективность персональных (личных) продаж.
48. Организация выставочной деятельности и оценка ее эффективности.
49. Построение маркетинговой стратегии малого предприятия с использованием государственной поддержки.
50. Электронная коммерция малого бизнеса.
51. Развитие стартапов на основе электронных средств коммуникаций.
52. Ключевые факторы успеха и формирование конкурентных преимуществ малого предприятия.
53. Проведение качественных исследований (по конкретным товарам и услугам).
54. Проведение количественных исследований (по товарам и услугам).
55. Применение статистических методов и моделей обработки результатов выборочных исследований.
56. Исследование предпочтений, лояльности и степени удовлетворенности потребителей.
57. Анализ состояния, оценка емкости и тенденции развития товарных рынков.
58. Консалтинговая деятельность в сфере маркетинга малых и средних предприятий.
59. Выбор стратегии ценообразования.
60. Обоснование стратегии распределения.
61. Разработка плана маркетинга малого предприятия.
62. Совершенствование маркетингового обеспечения деятельности предприятия малого бизнеса.
63. Франчайзинг как эффективная форма развития малых предприятий.
64. Сегментация и позиционирование предприятия на рынке.

Личность в системе социального взаимодействия
Общение как основа социального взаимодействия
Психология межличностного взаимодействия