

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Куижева Саида Казбековна

Должность: Ректор

учебной дисциплины Б40.05 Методы и инструменты бережливого производства

направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

Дисциплина учебного плана подготовки магистров по направлению

38.04.02 Менеджмент_профиль Менеджмент и маркетинг

Аннотация

Цель освоения дисциплины: повышение профессионального уровня и освоение теоретических основ и приобретение практических навыков применения инструментов бережливого производства в деятельности организаций, предприятий, учреждений.

Задачи:

1. дать представление о методах и инструментах бережливого производства;
2. показать возможности и результативность применения методов и инструментов бережливого производства, для снижения потерь и повышения конкурентоспособности организации;
3. доказать обязательную необходимость выполнения формальных и неформальных правил для применения методов и инструментов бережливого производства;
4. показать взаимосвязь между философией и принципами производственной системы и методами бережливого производства;
5. интеграция методов системы менеджмента бережливого производства и системы менеджмента качества.

Основные блоки и темы дисциплины: Достижение целей СМБП посредством выбора и использования соответствующих методов и инструментов. Краткое описание основных методов и инструментов БП. Стандартизированная работа Канбан. Организация рабочего пространства (5S). Картирование потока создания ценности (VSM). Визуализация. Всеобщее обслуживание оборудования (TPM). Быстрая переналадка (SMED). Защита от непреднамеренных ошибок (Poka-Yoke). Промежуточная аттестация.

Учебная дисциплина «Методы и инструменты бережливого производства» **входит** в перечень курсов базовой части обязательных дисциплин ООП.

В результате изучения дисциплины магистр должен обладать следующими компетенциями

знать: единую терминологию в области бережливого производства; теоретические инструменты бережливого производства: цели, задачи, основные принципы и философию; особенности осуществления управления совершенствованием организации; методы разработки программы совершенствования производства; особенности инструментов (компонентов) бережливого производства при разных вариантах организации системы; и обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты. (ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ПКУВ-1.1, ПКУВ-1.2, ПКУВ-1.3, ПКУВ – 2.1);

уметь: строить карты потоков создания ценностей; применять методы решения производственных проблем организации; разрабатывать нормативные документы программ бережливого производства; оптимизировать бизнес-процессы организации; осуществлять стратегическое управление процессами планирования и организации производства на уровне промышленной организации (ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ПКУВ-1.1, ПКУВ-1.2, ПКУВ-1.3, ПКУВ – 2.1).

владеть: знаниями в области процессного управления, используя современные ИТ; способами сокращения потерь от внедрения технологии бережливого производства; инструментами и методами внедрения технологий бережливого производства; навыками осуществлять организацию исследований и разработку перспективных методов, моделей и механизмов организации и планирования производства (ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ПКУВ-1.1, ПКУВ-1.2, ПКУВ-1.3, ПКУВ – 2.1).

Дисциплина «Методы и инструменты бережливого производства» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершаются экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: экзамен

Разработчик: к.э.н., доцент

Зав. выпускающей кафедрой:

по направлению




Г.В. Карамушко

Л.И. Задорожная

Аннотация

учебной дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 Бренд-менеджмент

шифр, наименование дисциплины

направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

шифр направление подготовки

Дисциплина учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.02

шифр

Менеджмент

направление подготовки, профиль

Цель освоения дисциплины - формирование и развитие ключевых компетенций магистрантов в области управления брендами, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда, знаний научной и практической направленности и базовых навыков по созданию и управлению брендами как важнейшими стратегическими нематериальными активами компаний. Это позволит им разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и идентичность, управлять их развитием с учетом маркетинговых и бизнес-стратегий фирмы, а также формировать, проводить аудит и оптимизировать портфели брендов компаний.

Задачи:

- обучение магистрантов существующим методам, используемым в брендинге;
- развитие умений практического использования инструментов брендинга в продвижении торговой марки;
- развитие навыков анализа, прогнозирования, оценки поведения потребителей, необходимых для организации и планирования процесса создания бренда.

Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы): Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента в современной академической и бизнес-сферах;

Типы брендов и стратегии брендинга. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов; Разработка платформы бренда: наиболее известные концепции и успешные практики; Разработка системы идентификаторов бренда; Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения; Разработка платформы бренда; Оценка стоимости бренда.

Учебная дисциплина «Бренд-менеджмент» входит в перечень курсов вариативной части профессионального цикла ООП.

В результате изучения дисциплины магистрант должен обладать следующими компетенциями:

Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач; стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;

Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов: соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности; выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, предполагающих получение нового знания, требующих разработки инновационных подходов и методов решения; выбрать инновации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализировать и оценивать их экономическую эффективность; разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации (ПКУВ – 3.1).

Владеть: технологией разработки и реализации проектов, навыками применения современного инструментария для решения экономических задач; методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов и явлений; методикой организации и управления бизнес-планированием, а также организации и управления бизнесом на рынке товаров и услуг, анализом и оценкой бизнес-среды организации; навыками управления маркетинговой деятельностью организации (ПКУВ – 4).

Дисциплина «Бренд-менеджмент» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик:
к.э.н., доцент



Г.В. Карамушко

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению



Л.И. Задорожная

Аннотация

учебной дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Стратегический маркетинг

шифр, наименование дисциплины

направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

шифр направление подготовки

Дисциплина учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.02

шифр

Менеджмент

направление подготовки, профиль

Цель - формирование у магистрантов профессиональных знаний в области стратегического маркетинга для самостоятельного принятия стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности государственных предприятий в современных условиях российской действительности, а также овладение принципами и методами маркетингового анализа предприятием в рамках понимания процесса управления маркетингом.

Задачами дисциплины являются изучение:

- Дать обучающемуся глубокие и систематизированные знания о понятиях маркетинговой деятельности в сфере разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- Рассмотреть маркетинговые и управленческие концепции, принципы и функции;
- Освоить основные виды, подходы и методы стратегического планирования, организации и контроля в системе маркетинга предприятия в различных рыночных ситуациях.

Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы): Маркетинг в рыночной экономике: место, роль, значение в решении стратегических задач предприятия; Содержание, процедуры и структура задач стратегического маркетинга; Стратегический анализ поведения покупателей при совершении покупок; оценка поведенческой реакции покупателей.; Стратегический маркетинговый анализ потребностей рынка; Стратегический анализ конкурентоспособности фирмы; Реализация стратегии маркетинга: стратегические решения по освоению производства новых товаров; стратегические решения по каналам сбыта; стратегические решения по ценообразованию; стратегические решения по коммуникациям; Стратегическое маркетинговое планирование: процесс стратегического планирования маркетинга; выбор целей стратегического маркетинга; оценка рисков, планирование непредвиденных обстоятельств.

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» входит в перечень курсов дисциплин по выбору вариативной части профессионального цикла ООП.

В результате изучения дисциплины магистрант должен обладать следующими компетенциями:

Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач; стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;

Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности; выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, предполагающих получение нового знания, требующих разработки инновационных подходов и методов решения; выбрать инновации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализировать и оценивать их экономическую

эффективность; разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации (ПКУВ – 3.1).

Владеть: технологией разработки и реализации проектов, навыками применения современного инструментария для решения экономических задач; методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов и явлений; методикой организации и управления бизнес-планированием, а также организации и управления бизнесом на рынке товаров и услуг, анализом и оценкой бизнес-среды организации; навыками управления маркетинговой деятельностью организации (ПКУВ – 4).

Дисциплина «Стратегический маркетинг» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик:
к.э.н., доцент

Г.В. Карамушко

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению

Л.И. Задорожная

Аннотация

учебной дисциплины Б 1.В.03 Стратегическое управление и стратегический анализ

шифр, наименование дисциплины

направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

шифр направление подготовки

Дисциплина учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.02

шифр

Менеджмент

направление подготовки, профиль

Целью освоения дисциплины «Современный стратегический анализ» является развитие знаний, навыков и умений магистрантов в сфере анализа внешней среды, эффективности действующей в организации стратегии, определения сильных и слабых сторон, ресурсного потенциала организации, выявления ее компетенций и возможностей, создания базы для определения миссии и целей организации, выработки стратегии ее поведения и достижения оптимального взаимодействия с внешней средой.

Достижение данной цели требует выполнения следующих задач:

- исследовать современные социально-экономический и управленский контексты рассмотрения инструментов стратегического управления,
- осуществить функциональный анализ инструментов стратегического анализа,
- осуществить сравнительный, исторический и типологический анализы инструментов современного стратегического анализа,
- подготовить выборку типовых ситуаций, проанализировать стандарты и организационно-технические аспекты разработки и реализации сложных программ, планов стратегий,
- осуществить проблемный анализ реализации и оценки эффективности инструментов современного стратегического анализа.

Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы): Стратегическое управление. Место и роль стратегического анализа в системе стратегического управления. Внутренняя и внешняя среда как объект стратегического анализа. Сущность и основное содержание стратегического анализа. Анализ макросреды. Анализ микросреды. Анализ внутренней среды. Макроэкономическая политика: стратегический и тактический подходы, функциональные направления от макроэкономической теории к практической политике. Региональная политика и пространственное развитие экономики России. Актуальные проблемы и вызовы макроэкономической политики в России. Социально-экономическое прогнозирование. Политика экономического роста и структурная политика. Портфельный анализ и модели конкурентного позиционирования.

Учебная дисциплина «Стратегическое управление и стратегический анализ» входит в перечень курсов дисциплин по выбору вариативной части профессионального цикла ООП.

В результате изучения дисциплины магистрант должен обладать следующими компетенциями:

- **знать** современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач (ОПК-2);
- **уметь:** осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1);
- **владеть:** навыками самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс- культурной) и динамичной среды (ОПК-3).

Дисциплина «Стратегическое управление и стратегический анализ» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершается экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетных единицы.

Вид промежуточной аттестации: экзамен

Разработчик:

к.э.н., доцент



Г.В. Карамушко

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению



Л.И. Задорожная

Аннотация

учебной дисциплины Б1.О.04 Философия и принципы бережливого производства

шифр, наименование дисциплины

направления подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент

шифр направление подготовки

Дисциплина учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.02

шифр

Менеджмент

направление подготовки, профиль

Цели изучения курса: формирование экономического образа мышления, отвечающего современным требованиям профессиональной подготовки магистрантов, качественное расширение и углубление знаний в области управленческой науки и хозяйственной практики через изучение теории бережливого производства.

Задачи курса:

1. доказать первичность философии бережливого производства;
2. пояснить взаимосвязь принципов, методов и инструментов бережливого производства, что является обязательным условием снижения потерь и повышения конкурентоспособности организации;
3. дать представление об основных понятиях бережливого производства;
4. показать возможности применения современных методов и инструментов бережливого производства, для снижения потерь и повышения конкурентоспособности организации;
5. доказать обязательную необходимость выполнения формальных и неформальных правил для достижения целей с минимальными явными и неявными издержками.

Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы): Основные понятия и определения бережливого производства. Производственная система «ТОУОТА» (Т-TPS). Формирование философии БП. Основные организационные ценности БП. Характеристика основных принципов БП. Кайдзен. «Встроенное качество». Цикл Деминга (PDCA).

Учебная дисциплина «Философия и принципы бережливого производства» **входит** в перечень курсов базовой части профессионального цикла ОПОП.

В результате изучения дисциплины магистрант должен обладать следующими компетенциями:

- **знать:** современные практики управления (ОПК-4); основные понятия и категории бережливого производства, философию и принципы бережливого производства, основные типы потерь и механизмы их устранения, опыт ведущих предприятия России и мира в области бережливого производства;

- **уметь:** осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);

- **владеть:** методологией бережливого производства; методами и приемами внедрения бережливого производства на предприятии; навыками самостоятельной работы в части организации бережливого производства; навыками руководства проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии (ОПК-4).

Дисциплина «Философия и принципы бережливого производства» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, тестами, контрольных и самостоятельных работ и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет

Разработчик:

к.э.н., доцент

Г.В. Карамушко

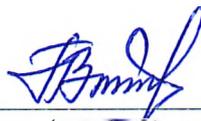
Зав. выпускающей кафедрой
по направлению

Л.И. Задорная

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Составитель рабочей программы:

Доцент кафедры
менеджмента и региональной экономики



(подпись)

Карамушко Галина
Владимировна

(Ф.И.О.)