

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Организация предпринимательской деятельности» является формирование представлений у будущего специалиста знаний о системе современного предпринимательства как коммерческой деятельности, непосредственно направленной на получение прибыли и формирование набора профессиональных компетенций будущего бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

2. Место дисциплины в структуре ООП

Б1.В.13

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций по данному направлению:

ПК-17 - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели; ПК-19 - владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; ПК-20 - владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

? основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; ? основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных; ? принципы развития и закономерности функционирования организации; ? роли, функции и задачи менеджера в организации; ? основные бизнес-процессы в организации; ? принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; ? основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений; ? содержание маркетинговой концепции управления; ? методы маркетинговых исследований; ? теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации

уметь:

? использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); ? обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; ? ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; ? анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; ? использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований.

иметь навыки и (или) опыт деятельности:

- в системе методов реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); - в системе методов разработки основных маркетинговых программ; - в системе методов анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования; - в деловых коммуникациях.

4. Общая трудоемкость дисциплины

108(в часах) 3 з.е.

5. Формы контроля

зачет (4 семестр)