

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"

Факультет Производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра Маркетинга и логистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
"Управленческая экономика"

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

формирование глубоких знаний закономерностей развития современной экономики и общих принципов поведения экономических агентов в условиях рынка, формирование у будущих магистров теоретических знаний и практических навыков по обоснованию принимаемых решений для реализации финансово-инвестиционной политики и управления производством.

2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучить методы и специальные приемы, используемые для объективной и всесторонней оценки деятельности экономических субъектов;
- усвоить теоретический материал, основное содержание которого направлено на изучение концепций и подходов к анализу экономической деятельности организации;
- овладеть основными западными и отечественными стандартами планирования экономической деятельности;
- формирование мышления для понимания экономической ситуации, законов, принципов организации производства, развития компетенций по формированию аналитической базы для принятия решений в управленческой деятельности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В.08

1.3.1. Дисциплина Управленческая экономика'опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Менеджмент организаций

Методы изучения рынков и маркетинговый анализ

Маркетинговое планирование в конкурентной среде

Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров

1.3.2. Дисциплина Управленческая экономика'выступает опорой для следующих элементов:

Управление затратами

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Практика по профилю профессиональной деятельности

Современный стратегический анализ

Стратегическое бизнес-планирование

Управление продажами

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2, ПК-5, ПК-13

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

3.1 Знать:

гражданское законодательство РФ и ДНР

понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций
инструменты бренд-менеджмента

методы и инструменты оперативного планирования, показатели оперативного планирования

3.2 Уметь:

формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции
находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа

определять конкурентоспособность организации и ассортимента товаров и услуг
проводить тестирования инновационных товаров

выбирать оптимальные инструменты и методы планирования

3.3 Владеть:

навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции

навыками организации и сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции

навыками разработки мер по внедрению инновационных технологий, создания нематериальных активов в организации и управление ими

навыками обоснования и сбора исходных данных для планирования

5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость: 288 / 8

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем / вид занятия/

Раздел . Основы управленческой экономики

Тема 1.1. Управленческая экономика: содержание, цели, задачи /Лек/

Тема 1.1. Управленческая экономика: содержание, цели, задачи /Сем зан/

Тема 1.1. Управленческая экономика: содержание, цели, задачи /Ср/

Тема 1.2. Экономическое содержание фирмы и оптимальное принятие решений /Лек/

Тема 1.2. Экономическое содержание фирмы и оптимальное принятие решений /Сем зан/

Тема 1.2. Экономическое содержание фирмы и оптимальное принятие решений /Ср/

Раздел . Рыночные силы: спрос и предложение

Тема 2.1. Оценка и прогнозирование спроса и предложения. Эластичность /Лек/

Тема 2.1. Оценка и прогнозирование спроса и предложения. Эластичность /Сем зан/

Тема 2.1. Оценка и прогнозирование спроса и предложения. Эластичность /Ср/

Тема 2.2. Теория и оценка производства /Лек/

Тема 2.2. Теория и оценка производства /Сем зан/

Тема 2.2. Теория и оценка производства /Ср/

Тема 2.3. Значение издержек производства в управленческих решениях /Лек/

Тема 2.3. Значение издержек производства в управленческих решениях /Сем зан/

Тема 2.3. Значение издержек производства в управленческих решениях /Ср/

Раздел . Оптимизация деятельности компании

Тема 3.1. Оптимизация производства в условиях совершенной конкуренции /Лек/

Тема 3.1. Оптимизация производства в условиях совершенной конкуренции /Сем зан/

Тема 3.1. Оптимизация производства в условиях совершенной конкуренции /Ср/

Тема 3.2. Принятие решений о ценах и объеме производства в условиях несовершенной конкуренции /Лек/

Тема 3.2. Принятие решений о ценах и объеме производства в условиях несовершенной конкуренции /Сем зан/

Тема 3.2. Принятие решений о ценах и объеме производства в условиях несовершенной конкуренции /Ср/

Тема 3.3. Экономический анализ эффективности инвестиций и степень риска /Лек/

Тема 3.3. Экономический анализ эффективности инвестиций и степень риска /Сем зан/

Тема 3.3. Экономический анализ эффективности инвестиций и степень риска /Ср/

Раздел . Стратегии поведения и развития компаний

Тема 4.1. Глобализация и управление транснациональной компанией /Лек/

Тема 4.1. Глобализация и управление транснациональной компанией /Сем зан/

Тема 4.1. Глобализация и управление транснациональной компанией /Ср/

Тема 4.2. Государственное регулирование рыночной экономики /Лек/

Тема 4.2. Государственное регулирование рыночной экономики /Сем зан/

Тема 4.2. Государственное регулирование рыночной экономики /Ср/

Тема 4.3. Теория потребительского выбора /Лек/

Тема 4.3. Теория потребительского выбора /Сем зан/

Тема 4.3. Теория потребительского выбора /Ср/

Составитель(и): канд. экон. наук, доцент Т.А. Пойма

Согласовано:

Проректор по УРиМС



Л.Н.Костина