

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



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.08

"Управленческая экономика"

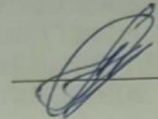
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент"

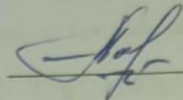
Квалификация *магистр*
Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **8 ЗЕТ**
Год начала подготовки по учебному плану **2021**

Донецк
2021

Составитель(и):
канд. экон. наук, доцент


_____ Попова Т.А.

Рецензент(ы):
д-р экон. наук, зав.каф.


_____ Барышникова Л.П.

Рабочая программа дисциплины "Управленческая экономика" разработана в соответствии с:

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (утвержден приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №87-НП от 28.06.2021 г.)

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952 от 12.08.2020 г.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент", утвержденного Ученым советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 26.08.2021 протокол № 1/4.

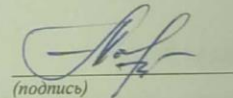
Срок действия программы: 2021-2023

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 26.08.2021 № 1

Заведующий кафедрой:

д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

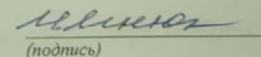

(подпись)

Одобрено Предметно-методической комиссией кафедры
Маркетинга и логистики

Протокол от 26.08.2021 г. № 1

Председатель ПМК «Маркетинг»:

Канд.экон.наук, доцент, Ягнюк И.М.


(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. № __

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. № __

Зав. кафедрой Барышникова Л.П. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. № __

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. № __

Зав. кафедрой Барышникова Л.П. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. № __

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой Барышникова Л.П. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. № __

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. № __

Зав. кафедрой Барышникова Л.П. _____ (подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ 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.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В
<i>1.3.1. Дисциплина "Управленческая экономика" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Менеджмент организаций	
Методы изучения рынков и маркетинговый анализ	
Маркетинговое планирование в конкурентной среде	
Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров	
<i>1.3.2. Дисциплина "Управленческая экономика" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Управление затратами	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Практика по профилю профессиональной деятельности	
Современный стратегический анализ	
Стратегическое бизнес-планирование	
Управление продажами	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-13: Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции</i>	
Знать:	
Уровень 1	гражданское законодательство РФ и ДНР
Уровень 2	гражданское законодательство РФ и ДНР принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции
Уровень 3	гражданское законодательство РФ и ДНР принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
Уметь:	
Уровень 1	формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
Уровень 2	формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет технологии и специализированные программные продукты анализировать результаты продвижения продукции
Уровень 3	формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции

	находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет технологии и специализированные программные продукты составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Владеть:	
Уровень 1	навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции навыками организации и сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции
Уровень 2	навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции навыками организации и сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции навыками анализа эффективности продвижения продукции
Уровень 3	навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции навыками организации и сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции навыками анализа эффективности продвижения продукции навыками разработки предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции и брендов
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-5: Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации</i>	
Знать:	
Уровень 1	понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций инструменты бренд-менеджмента
Уровень 2	понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций инструменты бренд-менеджмента методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов
Уровень 3	понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций инструменты бренд-менеджмента методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, сбора и обработки маркетинговой информации нормативные правовые акты, регулирующие управленческую и маркетинговую деятельность
Уметь:	
Уровень 1	определять конкурентоспособность организации и ассортимента товаров и услуг проводить тестирования инновационных товаров
Уровень 2	определять конкурентоспособность организации и ассортимента товаров и услуг проводить тестирования инновационных товаров создавать нематериальные активы и внедрять их на рынок проводить оценку стоимости брендов организации
Уровень 3	определять конкурентоспособность организации и ассортимента товаров и услуг проводить тестирования инновационных товаров создавать нематериальные активы и внедрять их на рынок проводить оценку стоимости брендов организации улучшать бизнес-процессы организации использовать инструменты проектного управления
Владеть:	
Уровень 1	навыками разработки мер по внедрению инновационных технологий, создания нематериальных активов в организации и управление ими
Уровень 2	навыками разработки мер по внедрению инновационных технологий, создания нематериальных активов в организации и управление ими навыками разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей навыками тестирования инновационных товаров при их внедрении на рынок
Уровень 3	навыками разработки мер по внедрению инновационных технологий, создания нематериальных активов в организации и управление ими

	<p>активов в организации и управление ими</p> <p>навыками разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей</p> <p>навыками тестирования инновационных товаров при их внедрении на рынок</p> <p>реализация и совершенствование ассортиментной политики организации</p> <p>проведение коммуникационных рекламных кампаний</p> <p>разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда</p>
--	--

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-2: Информационно-аналитическая поддержка управленческих решений

Знать:

Уровень 1	методы и инструменты оперативного планирования, показатели оперативного планирования
Уровень 2	методы и инструменты оперативного планирования, показатели оперативного планирования постановку оптимизационных задач планирования и методы их решения документооборот в организации
Уровень 3	методы и инструменты оперативного планирования, показатели оперативного планирования постановку оптимизационных задач планирования и методы их решения документооборот в организации современные информационные технологии планирования в организации основы делового общения

Уметь:

Уровень 1	выбирать оптимальные инструменты и методы планирования
Уровень 2	выбирать оптимальные инструменты и методы планирования определять и анализировать исходные данные для планирования налаживать взаимодействия между отделами
Уровень 3	выбирать оптимальные инструменты и методы планирования определять и анализировать исходные данные для планирования налаживать взаимодействия между отделами налаживать эффективное деловое общение организовывать документооборот работать с базами данных

Владеть:

Уровень 1	навыками обоснования и сбора исходных данных для планирования
Уровень 2	навыками обоснования и сбора исходных данных для планирования навыками проверки достоверности исходных данных навыками оценки ситуации в случаях, когда отсутствуют оперативные исходные данные
Уровень 3	навыками обоснования и сбора исходных данных для планирования навыками проверки достоверности исходных данных навыками оценки ситуации в случаях, когда отсутствуют оперативные исходные данные выбором методов и инструментов планирования навыками разработки форм плановых документов, выбора формы предоставления исходных данных для оперативного и стратегического планирования

В результате освоения дисциплины "Управленческая экономика" обучающийся должен:

3.1 Знать:	
	методики анализа эффективности капитальных и финансовых вложений (инвестиционный анализ);
	основы функционирования экономики на микро-, мезо- и макроуровнях, сущность и роль финансовой корпоративной политики;
	теоретические основы анализа ключевых показателей деятельности предприятия, организации;
	роль анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей
3.2 Уметь:	
	анализировать и решать основные проблемы, связанные с управлением организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.
	экономически правильно формулировать постановку задач и формализовать в виде соответствующей экономико-управленческой модели на основе положений экономического анализа
	анализировать в разработке и мониторинге основные плановые показатели.
	проводить анализ и оценку производственных функций, затрат и прибыли организации с целью принятия управленческих решений.

	осуществлять экономический анализ внутренней и внешней среды организации для решения практических проблем управления.
3.3 Владеть:	
	методиками анализа и оценки плановых и фактических показателей деятельности предприятия, навыками выработки управленческих решений для повышения эффективности деятельности предприятия.
	методиками экономического анализа и оценки эффективности деятельности предприятия и прогнозирования дальнейшей его деятельности.
	методами разработки и внедрения системы управления финансами предприятия для решения стратегических задач.
	- методикой рейтингового анализа, комплексного анализа и оценки бизнеса.
	- навыками оценки производственного потенциала предприятия, факторов роста производства и реализации на товарных рынках.
	- навыками работы с программами организационного развития и изменениями в обеспечении их реализации.
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим "Порядок организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". По дисциплине "Управленческая экономика" видом промежуточной аттестации является Экзамен	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Управленческая экономика" составляет 8 зачётные единицы, 288 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Основы управленческой экономики						
Тема 1.1. Управленческая экономика: содержание, цели, задачи /Лек/	1	4	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Управленческая экономика: содержание, цели, задачи /Сем зан/	1	4	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2 Э3		
Тема 1.1. Управленческая экономика: содержание, цели, задачи /Ср/	1	9	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Экономическое содержание фирмы и оптимальное принятие решений /Лек/	1	6	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Экономическое содержание фирмы и оптимальное принятие решений /Сем зан/	1	6	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Экономическое содержание фирмы и оптимальное принятие решений /Ср/	1	9	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Рыночные силы: спрос и предложение						
Тема 2.1. Оценка и прогнозирование спроса и предложения. Эластичность /Лек/	1	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
2.1. Оценка и прогнозирование спроса и предложения. Эластичность /Сем зан/	1	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Оценка и прогнозирование спроса и предложения. Эластичность /Ср/	1	9	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Теория и оценка производства /Лек/	1	10	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Теория и оценка производства /Сем зан/	1	10	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1	0	

				Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Тема 2.2.Теория и оценка производства /Ср/	1	9	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3.Значение издержек производства в управленческих решениях /Лек/	1	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3.Значение издержек производства в управленческих решениях /Сем зан/	1	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3.Значение издержек производства в управленческих решениях /Ср/	1	9	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 3. Оптимизация деятельности компании						
Тема 3.1.Оптимизация производства в условиях совершенной конкуренции /Лек/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1.Оптимизация производства в условиях совершенной конкуренции /Сем зан/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1.Оптимизация производства в условиях совершенной конкуренции /Ср/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2.Принятие решений о ценах и объеме производства в условиях несовершенной конкуренции /Лек/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2.Принятие решений о ценах и объеме производства в условиях несовершенной конкуренции /Сем зан/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

				Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Тема 3.2.Принятие решений о ценах и объеме производства в условиях несовершенной конкуренции /Ср/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3.Экономический анализ эффективности инвестиций и степень риска /Лек/	2	6	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3.Экономический анализ эффективности инвестиций и степень риска /Сем зан/	2	6	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3.Экономический анализ эффективности инвестиций и степень риска /Ср/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 4. Стратегии поведения и развития компаний						
Тема 4.1.Глобализация и управление транснациональной компанией /Лек/	2	6	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.1.Глобализация и управление транснациональной компанией /Сем зан/	2	6	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.1.Глобализация и управление транснациональной компанией /Ср/	2	8	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.2.Государственное регулирование рыночной экономики /Лек/	2	4	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.2.Государственное регулирование рыночной экономики /Сем зан/	2	4	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1	0	

				Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Тема 4.2.Государственное регулирование рыночной экономики /Ср/	2	7	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.3.Теория потребительского выбора /Лек/	2	4	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.3.Теория потребительского выбора /Сем зан/	2	4	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.3.Теория потребительского выбора /Ср/	2	6	ПК-2 ПК-5 ПК-13	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Управленческая экономика" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины "Управленческая экономика" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд- презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных исследований, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Беленцов В. Н., Дорофиенко В. В.,	Ненаблюдаемые виды экономики : теневая экономика : препринт (100 с.)	ООО «НПП «Фолиант», 2020

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	Родионов А. В. ; под общ. ред. В. Н. Беленцова		
Л1.2	Пузыня, Т. А.	Управленческая экономика: учебное пособие (83 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2019
Л1.3	Багаева, И. В., Гращенко, Н. Ю., Тесля, А. Б.	Введение в управленческую экономику: учебное пособие (82 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Б. О. Федченко	New Business : учебно-методическое пособие для студентов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.01 «Экономика» (профили : «Экономика предприятия», «Финансы и кредит») очной / заочной форм обучения (2018 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018
Л2.2	В. В. Подгорный	Планирование и контроль на предприятии : учеб. пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиля «Экономика предприятия» (433 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018
Л2.3	Беленцов, В. Н., Родионов, А. В., Рытова, Н. А.	Технико-экономический анализ : учебник (372 с.)	ГОУ ВПО " ДОНАУИГС", 2019
Л2.4	Кондратьева, М. Н.	Экономика предприятия : учебное пособие (174 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2011

3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Л. П. Барышникова, Т. А. Попова	Управленческая экономика: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной / заочной форм обучения (53 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
Л3.2	Л. П. Барышникова, Т. А. Попова	Управленческая экономика: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной / заочной форм обучения (95 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
Л3.3	Л. П. Барышникова, Т. А. Попова	Управленческая экономика: конспект лекций для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа: «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной / заочной форм обучения (259 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021

4.2. Перечень ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Республиканский антимонопольная служба ДНР// [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://rams.dnronline.su/	
Э2	Официальный сайт ДНР. Законодательство // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://dnronline.su/doc/	

6. Применение методов декомпозиции экономических систем в экономическом анализе.
7. Экономический эффект управленческой деятельности.
8. Общие сведения о профессиональном контроле управленческой деятельности.
9. Формулирование проблемы в экономическом анализе.
10. Выявление целей в экономическом анализе.
11. Генерирование альтернатив в экономическом анализе.
12. Оценка стоимости бизнеса: теория и практика.
13. Синергетические методы и экономические эффекты управления в деятельности консалтинговой компании.
14. Корпоративная культура: дань моде или инструмент достижения экономического эффекта.
15. Основные типы моделей, используемых в анализе хозяйственной деятельности.
16. Комплексный экономический анализ, принципы и организация его проведения.
17. Резервы повышения эффективности производства.
18. Методика комплексной оценки интенсификации и эффективности производства.
19. Экономический анализ в условиях перехода к рыночным отношениям.
20. Роль предпринимательской идеи в повышении эффективности деятельности фирмы.
21. Особенности бизнес-плана для малого предприятия.
22. Роль бизнес-планирования при организации нового предприятия.
23. Формы планирования на российских предприятиях.
24. Достоинства и недостатки бизнес-планов, разрабатываемых на российских предприятиях.
25. Виды исходной информации для составления бизнес-плана.
26. Конкурентная ситуация на российском рынке розничной торговли.
27. Достоинства и недостатки бизнес-планов, разрабатываемых на российских предприятиях.
28. Анализ маркетинговой среды предприятия.
29. Конкурентная ситуация на российских рынках промышленного производства.
30. Роль аутсорсинга в составлении разделов бизнес-плана.
31. Виды маркетинговых стратегий, применяемых при планировании бизнеса.
32. Финансовое состояние российских предприятий.
33. Организационные проблемы создания предприятий.
34. Особенности бизнес-плана инвестиционного проекта.
35. Значение финансового планирования для управления предприятием.
36. Конкурентоспособность предприятия в рыночной экономике.
37. Особенности управленческого бизнес-плана.
38. Роль бенчмарков в контроле выполнения бизнес-плана.
39. Проблемы корректировки бизнес-плана.
40. Направления использования целевых бизнес-планов в российской экономике.
41. Бизнес-план инновационного проекта.
42. Проблемы составления целевых бизнес-планов.
43. Управленческая деятельность в экономических системах.
44. Элементы и этапы исследования экономических систем.
45. Сущность системного подхода к разработке и анализу сложных экономических систем.
46. Постановка задачи анализа экономической системы.
47. Анализ макро, мезо и микро экономического пространства.
48. Оценка стоимости бизнеса: теория и практика.
49. Синергетические методы и экономические эффекты управления в деятельности консалтинговой компании.
50. Корпоративная культура: дань моде или инструмент достижения экономического эффекта.
51. Основные типы моделей, используемых в анализе хозяйственной деятельности.
52. Понятие спроса и предложения.
53. Рыночное равновесие.
54. Эластичность спроса и предложения.
55. Оценка и прогнозирование спроса и предложения.
56. Производственная функция.
57. Модель Кобба-Дугласа
58. Резервы повышения эффективности производства.
59. Методика комплексной оценки интенсификации и эффективности производства.
60. Экономический анализ в условиях перехода к рыночным отношениям.
61. Издержки производства. Их классификация.

63. Эффект масштаба.
64. Управление издержками и контроль ими.
65. Понятие конкуренции. Типы конкуренции.
66. Совершенная конкуренция. Основные признаки и условия.
67. Краткосрочное и долгосрочное равновесие в условиях совершенной конкуренции.
68. Монополия и монополистическая конкуренция.
69. Цена и ценообразование.
70. Оптимальный объем производства.
71. Олигополия.
72. Расчет оптимального объема производства в различных моделях олигополии.
73. Методика комплексной оценки интенсификации и эффективности производства.
74. Экономический анализ в условиях перехода к рыночным отношениям.
75. Особенности управленческого бизнес-плана.
76. Инвестиции и их классификация.
77. Транснациональные компании в условиях глобализации.
78. Транснациональные риски.
79. Иностранные инвестиции, методика расчета рисков.
80. Трансфертное ценообразование.
81. Государственное регулирование рыночной экономики.
82. Кейнсианская модель государственного регулирования.
83. Нео- и посткейнсианские модели государственного регулирования экономики.
84. Способы управления рынком.
85. Теория индивидуального поведения.
86. Бюджетное ограничение.
87. Изменение дохода.
88. Изменение цен и потребительское поведение.

5.2. Темы письменных работ

Примерные темы рефератов по дисциплине

1. Теория индивидуального поведения.
2. Бюджетное ограничение.
3. Изменение дохода.
4. Изменение цен и потребительское поведение.
5. Потребительский выбор.
6. Кардиналистская и ординалистская теории потребительского выбора
7. Предельная и совокупная полезность.
8. Управленческие решения в бизнесе с учетом интересов государства.
9. Управление внешними эффектами. Альтернативный метод исправления внешних эффектов.
10. Влияние монетарной и фискальной политики государства на принятие управленческих решений.
11. Государственный рынок в российской модели экономического развития.
12. Офшоринг – всемирная проблема личных интересов.
13. Проблемы двойного налогообложения для ТНК.
14. Государствление экономики – причины, необходимость, перспективы.
15. Границы государственного вмешательства в экономику.
16. Глобализация как мировой процесс и ее последствия для бизнеса.
17. Управление ТНК в условиях глобализации.
18. Прямые иностранные инвестиции в РФ как фактор экономического роста страны.
19. Управление эффективностью иностранного инвестирования.
20. Трансфертное ценообразование и эффективность ТНК.

Перечень контрольных вопросов для самоподготовки

1. Управленческая деятельность в экономических системах.
2. Элементы и этапы исследования экономических систем.
3. Сущность системного подхода к разработке и анализу сложных экономических систем.
4. Постановка задачи анализа экономической системы.
5. Анализ макро, мезо и микро экономического пространства.
6. Оценка стоимости бизнеса: теория и практика.
7. Синергетические методы и экономические эффекты управления в деятельности консалтинговой компании.
8. Корпоративная культура: дань моде или инструмент достижения экономического эффекта.

9. Основные типы моделей, используемых в анализе хозяйственной деятельности.
10. Понятие спроса и предложения.
11. Рыночное равновесие.
12. Эластичность спроса и предложения.
13. Оценка и прогнозирование спроса и предложения.
14. Производственная функция.
15. Модель Кобба-Дугласа
16. Резервы повышения эффективности производства.
17. Методика комплексной оценки интенсификации и эффективности производства.
18. Экономический анализ в условиях перехода к рыночным отношениям.
19. Издержки производства. Их классификация.
20. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах.
21. Эффект масштаба.
22. Управление издержками и контроль ими.
23. Понятие конкуренции. Типы конкуренции.
24. Совершенная конкуренция. Основные признаки и условия.
25. Краткосрочное и долгосрочное равновесие в условиях совершенной конкуренции.
26. Монополия и монополистическая конкуренция.
27. Цена и ценообразование.
28. Оптимальный объем производства.
29. Олигополия.
30. Расчет оптимального объема производства в различных моделях олигополии.
31. Методика комплексной оценки интенсификации и эффективности производства.
32. Экономический анализ в условиях перехода к рыночным отношениям.
33. Особенности управленческого бизнес-плана.
34. Инвестиции и их классификация.
35. Транснациональные компании в условиях глобализации.
36. Транснациональные риски.
37. Иностраные инвестиции, методика расчета рисков.
38. Трансфертное ценообразование.
39. Государственное регулирование рыночной экономики.
40. Кейнсианская модель государственного регулирования.
41. Нео- и посткейнсианские модели государственного регулирования экономики.
42. Способы управления рынком.
43. Теория индивидуального поведения.
44. Бюджетное ограничение.
45. Изменение дохода.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Управленческая экономика" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Управленческая экономика" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-

двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.

РЕЦЕНЗИЯ
на РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.08 «Управленческая экономика»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»

Разработчик: канд.экон.наук, доцент Попова Т.А.
Кафедра маркетинга и логистики

Представленная на рецензию рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Управленческая экономика» разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №87-НП от 28.06.2021 г.) и Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952 от 12.08.2020 г.)

Рабочая программа дисциплины содержит требования к уровню подготовки магистров по приобретению теоретических знаний и практических навыков, которые предъявляются к обучающимся данного направления подготовки в ходе изучения учебной дисциплины.

В рабочей программе сформулированы цели и задачи освоения дисциплины.

В разделе «Место дисциплины в структуре образовательной программы» указаны требования к предварительной подготовке обучающихся, а также последующие дисциплины, для которых изучение данной будет необходимым.

В рабочей программе прописаны компетенции обучающегося (ПК-2, ПК-5, ПК-13), формируемые в результате освоения дисциплины.

Раздел «Структура и содержание дисциплины» содержит тематическое и почасовое распределение изучаемого материала по видам занятий, а также часы на самостоятельную работу.

В разделе «Фонд оценочных средств» указаны оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося (фонд оценочных средств представлен отдельным элементом УМКД).

Компетенции по курсу, указанные в рабочей программе, полностью соответствуют учебному плану и матрице компетенций.

В рабочей программе дисциплины представлен также перечень материально-технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Рабочая программа дисциплины имеет логически завершённую структуру, включает в себя все необходимые и приобретаемые в процессе изучения навыки и умения.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено в программе перечнем основной и дополнительной литературы, методических материалов, библиотечно-информационных ресурсов, что является достаточным для успешного владения дисциплиной.

Таким образом, рабочая программа дисциплины «Управленческая экономика» соответствует всем требованиям к реализации программы и может быть рекомендована к использованию.

Рецензент:
д-р.экон.наук, доцент,
зав. кафедры маркетинга и логистики
26.08.2021



Л.П. Барышникова