

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 16.06.2023 17:19:18

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Аннотация рабочей программы дисциплины «Организационное поведение» программы MBA «Общий менеджмент»

1. Цель и задачи и дисциплины

Цель дисциплины - формирование знаний, умений и навыков в рамках комплексного представления о существующих теориях организационного поведения, а так же задачах, направлениях и методах формирования, поддержания и изменения организационного поведения с учетом современных требований управления персоналом.

Исходя из цели в процессе изучения данной дисциплины решаются следующие **задачи**:

- углубление теоретических знаний в области социализации в организации, влияние организационного поведения персонала на деятельность руководителя и организационную эффективность в целом и т.д.;
- овладение основными методами диагностики главных параметров организационного поведения, корректировке этих значений, выявление недостатков, упущений, отклонений и разработке на этой основе конструктивных предложений по изменению и улучшению организационного поведения, поиск творческих подходов к его управлению.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих **компетенций**:

ПК-1-способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

В результате изучения дисциплины слушатель должен:

знать:

- основные теории поведения человека в организации, уровни изучения организационного поведения: индивидуальный, групповой и организационный.
- задачи, направления, методы и факторы формирования, поддержания и изменения организационного поведения с учетом современных требований рынка;
- роль корпоративного управления в организации эффективной деятельности компаний и в защите прав собственников;
- основные особенности и этапы проведения различных видов маркетинговых исследований;

уметь:

- собирать, обобщать и анализировать данные для изучения организационного поведения;
- проводить оценку организационного поведения персонала используя современные методики;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;

владеть:

- аналитическими подходами к изучению организационного поведения;
- навыками исследования агентской проблемы применительно к корпоративной форме бизнеса
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

2. Содержание разделов и тем

Тема 1. Содержание организационного поведения

Сущность дисциплины «Организационное поведение». Предмет изучения организационного поведения. Особенности понятия «организация» в контексте организационного поведения. Признаки организации. Значение эффективности деятельности при изучении дисциплины организационное поведение. Источники повышения эффективности деятельности организации. Критерии эффективности. Особенности понятия «поведение» как категории. Факторы, влияющие на организационное поведение.

Тема 2. Теории поведения человека в организации

Взаимосвязь организационного поведения с поведенческими науками (психология, менеджмент, социология, социальная психология, антропология и другие). Основные подходы и школы научной мысли. Ситуационный, интеракционистский, синергетический подходы к изучению организационного поведения. Социально-психологические принципы и обоснованная необходимость ситуационного подхода в исследовании и прогнозировании поведения систем. Основные принципы интерактивной модели поведения. Особенности синергетического подхода к исследованию организационного поведения. Различные теории и подходы к личности (психоанализ, бихевиоризм, гуманистическая психология). Понятие «менталитета». Основные черты российской системы управления. Взаимосвязь менталитета россиян и формирующейся российской системы управления

Тема 3. Корпорации. Роль корпораций в развитии современных экономических отношений

История возникновения акционерных обществ (АО) (Англия, Голландия, Франция). Этапы становления акционерных обществ в России. Понятия корпорации, ее особенности и отличия от других организационно-правовых форм. Критерии корпораций в американской, европейской и российской модели. Корпорации в России. Юридические признаки ОАО и ЗАО. Преимущества и недостатки корпоративной формы ведения бизнеса. Акции акционерного общества. Финансирование корпораций.

Тема 4. Создание и реорганизация акционерных обществ.

Пути создания АО. Понятие реорганизации юридических лиц. Формы реорганизации (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование). М&А как частный случай реорганизации. Мотивы, преимущества и недостатки слияний и поглощений как стратегии развития компании. Понятие и основные способы ликвидации АО.

Тема 5. Корпоративное управление как Corporate Governance

Определение корпоративного управления (КУ). Теории КУ. Системы корпоративного управления и их сравнительная характеристика. Участники корпоративных отношений и их интересы. Структура собственности и корпоративный контроль. Внешние и внутренние механизмы корпоративного управления.

Тема 6. Общее собрание акционеров

Общие положения об общем собрании акционеров (ОСА): роль ОСА в структуре управления обществом, функции, компетенция (исключительная, альтернативная). Виды и формы ОСА.

Подготовка и проведение годового ОСА: повестка дня, решения совета директоров в процессе подготовки к проведению ОСА; формирование списка лиц, имеющих право на участие в общем собрании; информация о проведении ОСА; формы участия акционеров в работе собрания; правомочность собрания; голосование; итоги ОСА.

Общее собрание акционеров в форме заочного голосования. Внеочередное собрание акционеров: порядок созыва, основные причины. Счетная комиссия общества.

Тема 7. Основные понятия, концепции, модели и методологические основы стратегического менеджмента

Сущность, цели и задачи стратегического менеджмента. Структура стратегического менеджмента. Основные категории стратегического менеджмента. Сущность стратегического управления и планирования. Стратегические проблемы промышленного производства. Стратегия и техническая политика предприятия.

Роль стратегий в деятельности, развитии и обеспечении конкурентоспособности организаций на современном этапе.

Эволюция стратегического менеджмента. Концепции и модели стратегического менеджмента. Модели Дэвида, Томпсона Линча. Формально-аналитическая и Властно-поведенческая концепции и школы стратегического менеджмента. Современная концепция стратегического менеджмента.

Тема 8. Стратегический маркетинг.

Понятие «маркетинг». **Стратегический маркетинг** – методология и философия бизнеса, механизм программно-целевого опережающего управления, планирования, анализа ситуаций и стратегических ориентаций фирмы в системе рыночных отношений. Виды и приоритеты стратегического маркетинга.

Цели, задачи, методы и модели стратегического маркетинга. Эволюция развития стратегического маркетинга. Функции стратегического маркетинга