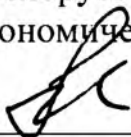


**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ В. Ю. Шутилин

«30» _____ 06 2020 г. *4609-20*
Регистрационный № УД _____ /уч.

БИЗНЕС-МЕНЕДЖМЕНТ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности 1-26 80 03 «Бизнес-администрирование»**

Составлена на основе учебного плана по специальности 1- 26 80 03 «Бизнес - администрирование» рег. №5 МГР – 19 от 25.03.19

СОСТАВИТЕЛИ:

Вертай С.П., доцент кафедры экономики и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Киреенко Н.В., заведующий кафедрой инновационного развития АПК ИПК и ПК АПК учреждения образования «Белорусский государственный аграрный технический университет», доктор экономических наук, доцент;

Дервяго И.П., заведующий кафедрой корпоративных финансов учреждения образования «Белорусский государственный университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

Кафедрой экономики и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 11 от «12» марта 2020 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 6 от «17» 16 2020 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Бизнес-менеджмент» является дисциплиной компонента учреждения высшего образования учебного плана для студентов второй ступени высшего образования специальности «Бизнес-администрирование». Ее актуальность обусловлена необходимостью профессионального построения процессов менеджмента в организации с учетом современных изменений и требований к конкурентоспособности и выживаемости организаций. Изучение учебной дисциплины «Бизнес-менеджмент» предполагает принятие управленческих решений, основанных на оценке внешней и внутренней среды организации, современных тенденций бизнес-окружения.

С учетом роста конкуренции, смены технологических укладов эти тенденции приобретают индивидуальный характер для конкретной организации и требуют не только постоянного обновления теоретических знаний, но и формирования управленческих компетенций в области бизнес-менеджмента.

Изучение дисциплины «Бизнес-менеджмент» позволит сформировать у магистрантов теоретические знания, базовые компетенции и прикладные навыки в сфере формирования и управления бизнес-процессами в организации, построении оптимальных структур, соответствующих конкретной рыночной отрасли и стратегии организации.

Объектом учебной дисциплины «Бизнес-менеджмент» являются современные инструменты бизнеса и менеджмента на оперативном и стратегическом уровнях.

Цель изучения данной учебной дисциплины – формирование у магистрантов теоретических основ и общих методологических принципов в области бизнес-менеджмента. Особое внимание уделяется вопросам анализа внешней среды, влияния процессов глобализации на бизнес, информационному менеджменту, менеджменту знаний, инновационному менеджменту.

Задачи учебной дисциплины (применение требований к квалификации):

- получение знаний по теории и методологии бизнес - менеджмента;
- анализ современных тенденций и перспектив развития бизнеса;
- анализ эффективности бизнес – менеджмента в условиях социально – экономическом развитии и конкурентных условий страны, отрасли, мирового рынка.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен знать:

- основные категории бизнес-менеджмента;
- основы оценки среды с целью формирования эффективных бизнес-процессов;

- основные инструменты информационного менеджмента и менеджмента знаний;

- основные подходы к управлению инновациями в организации;

уметь:

- формировать стратегию маркетинга;

- анализировать эффективность процессов и функций маркетинга в организации;

- применять теоретическая знания для управления маркетингом в организации;

владеть:

- инструментами аналитического маркетинга;

- построением процессов маркетинга в организации;

- формированием функций маркетинга для конкретной организации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Сформировать способность оценивать экономические и социальные условия осуществления бизнес-деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес- модели.

Знать: основные методики оценки экономических и социальных условий осуществления бизнес-деятельности, знать методики поиска новых рыночных возможностей, знать механизмы формирования новых бизнес-моделей.

Уметь: оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

Владеть: навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, навыками выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей.

Уметь находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.

Знать: процесс поиска новых рыночных возможностей, методы оценки рыночных возможностей, правила формулирования бизнес-идеи с применением инструментария маркетинга.

Уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности с применением инструментария маркетинга и формулировать бизнес-идею.

Владеть: навыками оценки новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идеи с применением инструментария маркетинга

Методология преподавания учебной дисциплины предполагает использование активных методов обучения, в частности, проведение самостоятельного исследования в соответствии с темами программы, подготовки эссе, решения кейсов.

Изложение материала учебной дисциплины предполагает сочетание двух блоков:

1. Теоретический блок. Нацелен на формирование теоретических знаний в области управления бизнес-менеджмента, современных структур управления, управления знаниями и информацией.

2. Практический блок. Направлен на формирование практических компетенций в области бизнес-менеджмента.

Рабочая программа построена на преемственности и углублении знаний, полученных по дисциплине «Менеджмент» или «Основы менеджмента» на I ступени получения высшего образования.

Данная учебная дисциплина основана на межпредметной связи с дисциплинами «Менеджмент и организационное поведение», «Стратегический менеджмент».

В соответствии с учебным планом специальности 1-26 80 03 «Бизнес-администрирование» учебная программа рассчитана на 72 часа, из них аудиторных – 36 часов, в том числе по дневной форме получения высшего образования – 18 часов лекций (18 часов УСП), 18 часов – практических занятий (18 часов УСП). Форма текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

ТЕМА 1. Современная среда управления

Основные определения бизнес-менеджментом. Системный подход к управлению: определение, особенности и оценка

Организационная (внутренняя и внешняя) / бизнес-среда. SWOT-анализ, PEST-анализ. Характеристика современной среды управления. Современные проблемы бизнес-менеджмента.

Стейкхолдеры и изменение общественного договора.

ТЕМА 2. Потребность в новых организационных парадигмах

Эволюция маркетинга и философия производства.

Информационные и коммуникационные технологии

Типы организационной структуры. Виртуальные и сетевые организации.

Глобализация. Глобализация в бизнесе. Глобализация: преимущества и недостатки.

Как глобальная рецессия 2007 года повлияла на разные страны и экономику. Значение кризиса для мировой экономической системы. Преимущества и недостатки кризисов для экономических систем и бизнеса.

ТЕМА 3. Управление информацией

Определение понятия управления информацией. Разница между управлением информацией и управлением данными. Принципы управления информацией

Стратегии управления информацией. Маркетинговая информационная система сегодня.

Проблемы управления информацией. Ценность информации.

Информационная безопасность

Информационная экономика

ТЕМА 4. Управление знаниями

Концепция управления знаниями.

Различия между управлением информацией и управлением знаниями.

Типологии знаний.

Система управления знаниями. Системы управления знаниями в 2020 году.

ТЕМА 5. Инновационный менеджмент

Определение инноваций. Характеристика инноваций.

Национальная и международная среда инноваций.

Определение инновационного менеджмента.
Ключевые аспекты инновационного менеджмента.
Инновационная матрица. Другие виды инноваций.
Жизненный цикл инноваций.
Общие процессы для управления инновациями.
Ключевые проблемы и ключевые факторы успеха в управлении инновациями.
Риск в управлении инновациями.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Бизнес-менеджмент»

для дневной формы обучения II ступени получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Современная среда управления	4	2	-	-	2	2	Осн [1, 5], доп [6]	Практические задания
2.	Потребность в новых организационных парадигмах	4	4	-	-	4	4	Осн [1, 3], доп [7]	Практические задания
3.	Управление информацией	4	4	-	-	4	4	Осн [2], доп [6, 7]	Практические задания
4.	Управление знаниями	2	4	-	-	4	4	Осн [5], доп [7]	Практические задания
5.	Инновационный менеджмент	4	4	-	-	4	4	Осн [1], доп [7, 8, 9, 10]	Практические задания
ИТОГО:		18	18	-	-	18	18	-	экзамен

ИНФОРМАЦИОННО – МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная

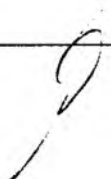
1. David, F.R. Strategic Management: concepts and cases / Fred R. David. – Prentice Hall, 2011. – 685 p.
2. What Management Is By Joan Magretta (Free Press, 2002), [Electronic resource]
https://www.academia.edu/8327880/What_Management_Is_How_It_Works_and_Why_It_s_Everyone_s_Business
3. Business Model Generation By Alexander Osterwalder and Yves Pigneur (self published in 2009), [Electronic resource] - [http://alvarestech.com/temp/PDP2011/pdf/Business%20Model%20Generation%20\(1\).pdf](http://alvarestech.com/temp/PDP2011/pdf/Business%20Model%20Generation%20(1).pdf)
4. The Knowing-Doing Gap: How Smart Companies Turn Knowledge Into Action By Jeffrey Pfeffer and Robert Sutton (Harvard Business School Press, 1999)
5. Hitt, M.A. Strategic Management: concepts and cases / Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskinsson. – South-Western Cengage Learning, 2009. – 843 p.

Дополнительная

6. Principles of Management by University of Minnesota is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License, except where otherwise noted. [Electronic resource] - <https://open.lib.umn.edu/principlesmanagement/front-matter/publisher-information/>
7. Business Management – A Contemporary Approach: supplement for IMM Students. [Electronic resource] - https://imm-gsm.s3.amazonaws.com/docs/General/Supplement_17-11-10.pdf
8. Innovation Management – The Complete Guide <https://www.viima.com/blog/innovation-management>
9. The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail by Clayton M. Christensen
10. Information Systems Today: Managing the Digital World, Global Edition

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1. Финансовый менеджмент	БУАиА в ОНХ	нет	Протокол № 11 от 12.03.2020



Дополнения и изменения к учебной программе по изучаемой учебной дисциплине
На ___/___ учебный год

№№ пп	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления (протокол № _____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой экономики и управления

Канд.экон.,наук, доц. _____ Н.А. Хаустович.

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета «Высшая школа управления и бизнеса»

Доцент, канд. экон. наук _____ С.Ю. Кричевский