

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНТРАНС РОССИИ)  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)  
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»  
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)

УТВЕРЖДАЮ



Первый проректор – проректор  
по учебной работе

Н.Н. Сухих

2017 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОСНОВЫ АВИАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

Специальность

**25.05.05 Эксплуатация воздушных судов и организация  
воздушного движения**

Специализация

**Организация радиотехнического обеспечения полетов воздушных судов**

Квалификация выпускника

**инженер**

Форма обучения

**очная**

Санкт-Петербург

2017

## 1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» являются:

- формирование у студентов целостной системы знаний в области менеджмента с учетом особенностей авиатранспортного производства;
- формирование системы знаний о производственных отношениях в хозяйственном процессе, технологии управления производственной деятельностью авиапредприятия, как хозяйствующего субъекта.

Задачами освоения дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» являются:

- ознакомление студентов с особенностями деятельности авиационного менеджера, работ по направлению;
- способствование получению студентами практических навыков применения теории менеджмента и прикладных методов для решения управленческих задач;
- способствование развитию управленческого и экономического мышления студентов.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к эксплуатационно-технологическому виду деятельности.

## 2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» представляет собой дисциплину по выбору, относящуюся к вариативной части профессионального цикла (СЗ).

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплины «Экономика», «Конфликтология».

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» является обеспечивающей для дисциплины «Управление персоналом», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» изучается в 7 семестре.

## 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1. Способность находить решения в нестандартных	Знать: -перечень своих полномочий в условиях нор-

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ситуациях и готовностью нести за них ответственность (ОК-9)</p>	<p>мальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-сущность и типологию конфликтов в организации.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-четко выполнять предписанные процедуры, в случае возникновения нестандартной ситуации в работе авиапредприятия;</li> <li>-оценивать организационные конфликты и обосновывать мероприятий по их предотвращению и разрешению.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-современными технологиями принятия управленческих решений, с использованием свободы и ответственности;</li> <li>-социально-психологическими приемами руководства и исполнения в пределах своих полномочий, гражданской и профессиональной позиции.</li> </ul>
<p>2. Обладание креативным мышлением, способностью к самостоятельному анализу ситуации, формализации проблемы, планированию, принятию и реализации решения в условиях неопределенности и дефицита времени (ОК-10)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-схему организации процесса стратегического планирования компании;</li> <li>-типы генеральных стратегий компаний и методы их реализации.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-проводить анализ внешних (макроокружение и непосредственное окружение) и внутренних факторов, влияющих на реализацию стратегии.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками построения «дерева целей»;</li> <li>-навыками выполнения PEST-анализа и SWOT-анализа авиапредприятия.</li> </ul>
<p>3. Способность актуализировать имеющиеся знания, умения и навыки при принятии решения и его реализации (ОК-33)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-принципы и методы управленческих мероприятий на авиапредприятии;</li> <li>-этапы стратегического и оперативного планирования в маркетинге.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-проводить оценку эффективности менеджмента и маркетинга авиапредприятия.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-алгоритмом составления маркетинговой про-</li> </ul>

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>4. Готовность использовать на практике умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ, в управлении коллективом (ОК-50)</p>	<p>граммы авиапредприятия.</p> <p>Знать:  -мотивы поведения и способы развития делового поведения персонала;  -принципы формирования организационной культуры авиапредприятия.</p> <p>Уметь:  -координировать работу персонала;  -анализировать эффективность функционирования организационной культуры авиапредприятия.</p> <p>Владеть:  -приемами и методами работы с персоналом;  -методами реформирования организационной культуры авиапредприятия.</p>
<p>5. Способность проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-51)</p>	<p>Знать:  -принципы и методы командной работы, в том числе, в условиях риска.</p> <p>Уметь:  -организовать эффективную личную и командную работу на авиапредприятии.</p> <p>Владеть:  -методикой оценки эффективности работы команды.</p>
<p>6. Способность и готовностью к творческой адаптации к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям (ОК-58)</p>	<p>Знать:  -типологию инновационных стратегий предприятия.</p> <p>Уметь:  -формировать инновационную стратегию предприятия.</p> <p>Владеть:  -оценивать эффективность инновационных стратегий.</p>
<p>7. Способность актуализировать способности и возможности своих сотрудников (ПК-36)</p>	<p>Знать:  -основы организации управленческого труда на авиапредприятии;  -основные факторы, влияющие на политику управления персоналом.</p> <p>Уметь:  -организовывать деятельность исполнителей на авиапредприятии.</p> <p>Владеть:</p>

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
	-навыками построения матрицы ответственности.
8. Способность и готовность находить и принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и в условиях различных мнений, готовностью нести за них ответственность (ПК-46)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-типологию организационных структур управления авиапредприятием.</li> <li>-методы авиационного менеджмента;</li> <li>-сущность власти и лидерства в организации.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-анализировать эффективность функционирования организационных структур управления авиапредприятием.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-методикой анализа основных рисков функционирования организационных структур управления авиапредприятием;</li> <li>-проводить анализ административных, экономических и социально-психологических методов управления;</li> <li>-учитывать социальные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе;</li> <li>-методами эффективного лидерства.</li> </ul>

#### 4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестр
		7
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа:	58,5	58,5
лекции	28	28
практические занятия	22	22
семинары	–	–
лабораторные работы	–	–
курсовая работа	6	6
Самостоятельная работа студента	16	16
Промежуточная аттестация:	36	36

Наименование	Всего часов	Семестр
		7
контактная работа	2,5	2,5
самостоятельная работа по подготовке к экзамену	33,5	33,5

## 5 Содержание дисциплины

### 5.1 Соотнесения тем дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции								Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-9	ОК-10	ОК-33	ОК-50	ОК-51	ОК-58	ПК-36	ПК-46		
Тема 1. Понятие и сущность авиационного менеджмента	7			+	+		+		+	ВК, ИЛ, ПЗ, СРС	У, Д, Сщ
Тема 2. Организация - как основа менеджмента	8	+	+	+	+				+	Л, ПЗ, СРС	У, Сщ
Тема 3. Функции менеджмента	9	+	+	+	+	+			+	Л, ПЗ, АКС, СРС	СЗ, Сщ
Тема 4. Система стратегического планирования авиакомпании	19	+	+	+	+	+	+		+	Л, ИЛ, ПЗ, АКС, СРС	У, Д, СЗ, Сщ
Тема 5. Принципы и методы менеджмента	15	+	+	+	+	+			+	Л, ПЗ, АКС, СРС	У, СЗ, Сщ
Тема 6. Основы управления организационной культурой авиапредприятия	6	+	+	+	+	+	+		+	Л, ПЗ, АКС, СРС	СЗ, Сщ
Тема 7. Понятие об авиационном маркетинге	8	+	+	+					+	Л, ПЗ, СРС	У, УЗ
Итого по дисциплине	72										
Промежуточная аттестация	36										
Всего по дисциплине	108										

Условные обозначения: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, АКС – анализ конкретной ситуации, ИЛ – интерактивная лекция, УЗ – учебное задание, Сщ – сообщение, Д – дискуссия.

## 5.2 Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Понятие и сущность авиационного менеджмента	2	2	—	—	1	2	7
Тема 2. Организация - как основа менеджмента	4	2	—	—	2	—	8
Тема 3. Функции менеджмента	4	2	—	—	2	1	9
Тема 4. Система стратегического планирования авиакомпаний	8	8	—	—	3	—	19
Тема 5. Принципы и методы менеджмента	6	4	—	—	4	1	15
Тема 6. Основы управления организационной культурой авиапредприятия	2	2	—	—	2	—	6
Тема 7. Понятие об авиационном маркетинге	2	2	—	—	2	2	8
Итого по дисциплине	28	22	0	0	16	6	72
Промежуточная аттестация							36
Всего по дисциплине							108

Условные обозначения: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, С – семинар, ЛР – лабораторная работа, СРС – самостоятельная работа студента, КР – курсовая работа.

## 5.3 Содержание дисциплины

### Тема 1. Понятие и сущность авиационного менеджмента

Понятие и сущность авиационного менеджмента. Характеристика объекта и субъекта управления. Школы менеджмента. История развития авиационного менеджмента как системы. Специфические проблемы МСВТ. Международные организации ГА. Виды управленческих ролей по Г. Минцбергу. Особенности управления на авиатранспортном предприятии. Критерии и показатели эффективности управления. Факторы, влияющие на эффективность управления. Модель 7 С Мак-Кинзи.

### Тема 2. Организация – как основа менеджмента

Элементы организации. Общие характеристики организации. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Формирование формальной и не-

формальной организации. Факторы внешней и внутренней среды авиапредприятия и их влияние. Понятие и сущность авиатранспортного предприятия. Блок-схема структурно - функциональной модели авиакомпании как большой организационно-технической системы. Понятие и сущность системы менеджмента качества. Принципы СМК. Основные концепции и модели управления качеством.

### **Тема 3. Функции менеджмента**

Функции управления авиапредприятием. Функция стратегического планирования. Сущность, задачи и принципы стратегического планирования. Функция организационного проектирования. Принцип А. Чендлера. Типы организационных структур управления. Норма (масштаб) управляемости. Централизованная власть в сравнении с децентрализованной. Понятие, цели и правила делегирования полномочий. Функция координации - цели и задачи. Функция мотивации. Основные теории мотивации. Современные тенденции мотивации персонала. Функция контроля. Формы и виды контроля. Этапы проведения контроля.

### **Тема 4. Система стратегического планирования авиакомпании**

Понятие и сущность стратегии организации. Типы и элементы стратегии. Современные концепции стратегического планирования: концепция современного инкрементализма, концепция планирования стратегического развития по Г. Минцбергу, ресурсная концепция организации стратегического развития. Варианты стратегий. Методические подходы и этапы разработки стратегии предприятия: анализ отрасли и предприятия данной отрасли, анализ состояния предприятия, определение стратегических альтернатив, формализация стратегий. Структура стратегического плана: тенденции изменения внешней среды, стратегические цели и миссия предприятия, общая стратегия, план производства, маркетинга, сбыта, финансов, ресурсов. Сущность и особенности микроэкономического планирования. Факторы, определяющие процесс и формы планирования на микроуровне. Сущность программно-целевого планирования. Виды стратегии, предложенные проф. М. Портером. Матрица SWOT- анализа авиапредприятия. Система показателей оценки сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз, которые могут быть использованы при формировании матрицы SWOT-анализа. Типы генеральных стратегий авиакомпаний и методы их реализации. Схема организации процесса стратегического планирования компании. Анализ функциональных стратегий компании.

### **Тема 5. Принципы и методы менеджмента.**

Принципы Ф. Тейлора. Принципы А. Файоля. Принципы Г. Эмерсона. Современные принципы управления. Принципы управления авиапредприятием. Методы менеджмента. Анализ и характеристика административных методов управления. Понятие и виды власти. Две стороны власти. Виды власти. Способы влияния на подчиненных. Требование к менеджеру. «Концепция ограничений в деятельности руководителя». Управление конфликтами.

Модель конфликта. Типы конфликтов. Методы разрешения конфликтов. Анализ и характеристика экономических методов управления. Анализ и характеристика социально-психологических методов управления.

### **Тема 6. Основы управления организационной культурой авиапредприятия**

Понятие, сущность и цели организационной культуры. Признаки сильной и слабой организационной культуры. Модели организационной культуры. Типология организационной культуры в зависимости от организационной структуры предприятия. Формирование организационной культуры авиапредприятия. Этапы становления организационной культуры авиапредприятий.

### **Тема 7. Понятие об авиационном маркетинге**

Основные определения и ключевые понятия маркетинга. Составляющие маркетинг-микса (маркетингового комплекса). Элементы маркетинга - Product, Price, Place, Promotion. Жизненный цикл товара. Основные стадии жизненного цикла товара: внедрение на рынок; рост; зрелость; спад. Приемы и средства продвижения товара. Личная продажа, реклама, общественные связи, стимулирование сбыта, сервис, создание положительного общественного мнения. Характерные черты основных рыночных структур. Блок-схема структурной модели мирового рынка авиатранспортной продукции.

## **5.4 Практические занятия**

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. Исследование основных элементов функциональной структуры СВТ; анализ исторических предпосылок создания ИКАО	2
2	Практическое занятие № 2. Анализ особенностей управления на авиатранспортном предприятии. Изучение блок-схемы структурно - функциональной модели авиакомпании как большой организационно-технической системы	2
3	Практическое занятие № 3. Анализ типов организационных структур управления авиапредприятием. Решение кейса «Построение организационной структуры управления кейтеринговой компании FreeWater» (п. 9.6).	2
4	Практическое занятие № 4. Изучение схемы организации процесса стратегического планирования авиакомпании	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
4	Практическое занятие № 5. Анализ типов генеральных стратегий авиакомпаний и методов их реализации. Решение кейса «Прогноз генеральной стратегии авиакомпании» (п. 9.6).	2
4	Практическое занятие № 6. Анализ функциональных стратегий авиакомпаний	2
4	Практическое занятие № 7. Анализ матрицы SWOT- анализа авиапредприятия.	2
5	Практическое занятие № 8. Анализ принципов менеджмента	2
5	Практическое занятие № 9. Исследование методов менеджмента. Решение кейса «Анализ социально-психологических методов менеджмента» (п. 9.6).	2
6	Практическое занятие № 10. Типы организационной культуры по модели К.Камерон и Р. Куинна. Решение кейса «Элементы организационной культуры» (п. 9.6).	2
7	Практическое занятие № 11. Анализ сегментов мирового рынка авиатранспортной продукции. Решение учебного задания «Определение коэффициента конкурентоспособности воздушного судна» (п. 9.6).	2
Итого по дисциплине		22

### 5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

### 5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
1	1 Поиск, анализ информации и проработка учебного материала [4,10-20]. 2 Подготовка сообщений.	1
2	1 Поиск, анализ информации и проработка учебного материала [4,10-20]. 2 Подготовка сообщений. 3 Подготовка к устному опросу.	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	4 Выполнение курсовой работы.	
3	1 Поиск, анализ информации и проработка учебного материала [1,2,3,4,7,8,10-20]. 2 Выполнение курсовой работы.	2
4	1 Поиск, анализ информации и проработка учебного материала [1,2,3,4,7,8,10-20]. 2 Подготовка сообщений. 3 Подготовка к устному опросу. 4 Выполнение курсовой работы.	3
5	1 Поиск, анализ информации и проработка учебного материала [4, 6, 11, 13, 16-18]. 2 Подготовка сообщений. 3 Подготовка к устному опросу. 4 Выполнение курсовой работы.	4
6	1 Поиск, анализ информации и проработка учебного материала [1,2,3,6,7,8,10-20]. 2 Выполнение курсовой работы.	2
7	1 Поиск, анализ информации и проработка учебного материала [1,2,3,4,5,7,8,9,10-20]. 2 Подготовка к устному опросу. 3 Подготовка к защите курсовой работы.	2
Итого по дисциплине		16

### 5.7 Курсовые работы

Наименование этапа выполнения курсовой работы	Трудоемкость (часы)
Этап 1. Выдача задания на курсовую работу	2
Этап 2. Составление введения и выполнение основной части курсовой работы	7
Этап 3. Составление заключения и оформление курсовой работы	2
Консультация	2
Защита курсовой работы	2
Итого за семестр	15
самостоятельная работа студента, отведенная на выполнение курсовой работы	9
согласно учебному плану	6

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1 Оudinцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / А. А. Оudinцов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 210 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04814-8. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/66F6B5AD-1104-4E97-946E-C5F5A021280D/osnovy-menedzhmenta>, — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

2 Афоничкин, А. И. Основы менеджмента : учебник для академического бакалавриата / А. И. Афоничкин, Н. Д. Гуськова, Д. Г. Михаленко ; под ред. А. И. Афоничкина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 338 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04399-0. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/ACA1DFD7-E85F-4809-851F-207EBF9271F9/osnovy-menedzhmenta>, — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

3 Мардас, А. Н. Основы менеджмента. Практический курс : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 175 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07558-8. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/9EE8466E-80B1-4460-92D2-EFD19DF22F7A/osnovy-menedzhmenta-prakticheskij-kurs> — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

4 Хозяйственный механизм авиатранспортных предприятий: Учеб.пособ. для вузов. Допущ.УМО [Текст]. Ч.1: Авиакомпании / Маслаков В.П., ред. - СПб.: Питер, 2015. - 368с. - ISBN 978-5-496-00709-2. Количество экземпляров 170.

5 Костромина, Е.В. Авиатранспортный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник — Электрон. дан. — Москва: НИЦ ИНФРА, 2017. — 360 с. — ISBN 978-5-16-006252-5 — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/564032> — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

б) дополнительная литература:

6 Иванова, Т. Ю. Теория менеджмента. Синергетический менеджмент : учебник для вузов / Т. Ю. Иванова, Э. М. Коротков, В. И. Приходько. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 331 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-04857-5. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/E8D97E46-5BFB-49EB-A9C4-E25B0D1B7CE7/teoriya-menedzhmenta-sinergeticheskij-menedzhment> — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

7 Шарапова, Т. В. Основы теории управления : учебное пособие для вузов / Т. В. Шарапова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 210 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01620-8. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C8FCC20C-35BF-437D-8D03->

[B2E4AAA5DE2A/osnovy-teorii-upravleniya](https://biblio-online.ru/book/8D2DA310-03B1-46FF-A17E-66E39541CC68/organizacionnoe-povedenie-i-organizacionnoe-modelirovanie-v-3-ch-chast-1-osnovy-suschnost-i-modeli) — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

8 Кочеткова, А. И. Организационное поведение и организационное моделирование в 3 ч. Часть 1. Основы, сущность и модели : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — 6-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 302 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01881-3. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/8D2DA310-03B1-46FF-A17E-66E39541CC68/organizacionnoe-povedenie-i-organizacionnoe-modelirovanie-v-3-ch-chast-1-osnovy-suschnost-i-modeli> — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

9 Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — ISBN 978-5-534-01757-1. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B/innovacionnyy-marketing> — Загл. с экрана (дата обращения 29.01.18).

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

10 **Административно-управленческий портал** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/> свободный (дата обращения 29.01.18).

11 **Журнал «ARS ADMINISTRANDI» («Искусство управления»)** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ars-administrandi.com/> свободный (дата обращения 29.01.18).

12 **Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/> свободный (дата обращения: 29.01.18).

13 **Журнал «Социологические исследования»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018)

14 **Энциклопедия экономиста** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru/> свободный (дата обращения 29.01.18).

15 **Aviation Explorer** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.18).

16 **Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/> свободный (дата обращения: 29.01.2018).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

17 **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 29.01.18).

18 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.18).

19 **Соционет. Научное информационное пространство** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/> свободный (дата обращения 29.01.18).

20 **Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsosman.hse.ru/> свободный (дата обращения 29.01.18).

21 **Центр раскрытия корпоративной информации** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/> свободный (дата обращения 29.01.18).

## 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения Реквизиты подтверждающего документа
Основы авиационного менеджмента и маркетинга	Компьютерный класс аудитория №456	Компьютер в комплекте (системный блок +ЖК монитор LG 19 W1952TE) – 13 шт.	Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 Acrobat Professional 9 Windows International
	Компьютерный класс аудитория №458	Информационный киоск Компьютер в комплекте RAMEC STORM Custom W- 13 шт.	Kaspersky Anti-Virus Suite для WKS и FS Konsi- SWOT ANALYSIS Konsi - FOREX-SAL
	Лекционная аудитория №481	Мультимедийный проектор Acer X1261 P Принтер HL2140R Brother Экран Ноутбук Benq Joybook R42 15,4 Мультимедий-	

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения Реквизиты подтверждающего документа
		новый проектор Mitsubisi XD490U Экран	

## 8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, в том числе интерактивные, практические занятия, включая анализ конкретных ситуаций, и самостоятельная работа студента.

Входной контроль проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин «Экономика» и «Конфликтология», на которых базируется дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга».

Лекция как образовательная технология представляет собой устное, систематически последовательное изложение преподавателем учебного материала с целью организации целенаправленной познавательной деятельности студентов по овладению знаниями, умениями и навыками читаемой дисциплины. В лекции делается акцент на реализацию главных идей и направлений в ее изучении, дается установка на последующую самостоятельную работу. Лекция выполняет следующие функции: информационную; мотивационную, которая стимулирует интерес студентов к дисциплине, убеждая их в ее теоретической и практической значимости, а также развивая познавательные потребности обучающихся; организационно-ориентационную, благодаря которой студенты вырабатывают навыки ориентации в источниках; профессионально-воспитательную и получают рекомендации по организации самостоятельной работы; методологическую, формирующую у обучающихся образцы научных методов объяснения, анализа, интерпретации, прогноза; а также оценочную и развивающую.

По дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» планируется проведение как традиционных или информационных, так и интерактивных лекций в форме проблемных лекций по темам 1 и 4 в общем объеме 4-х часов (п. 5.1). Информационные лекции направлены на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Проблемные лекции активизируют интеллектуальный потенциал и мыслительную деятельность студентов, которые приобретают умение вести дискуссию.

В ходе проблемной лекции преподаватель включает в процесс изложения материала серию проблемных вопросов. Как правило, это сложные, ключевые для темы вопросы. Студенты приглашаются для размышлений и поиску ответов на них по мере их постановки. Типовая структура проблемной лекции включает: создание проблемной ситуации через постановку учебной проблемы; конкретизацию этой проблемы, выдвижение гипотез по ее решению; мысленный эксперимент по проверке выдвинутых гипотез; проверку сформулированных гипотез, подбор аргументов и фактов для их подтверждения; формулировку выводов; подведение к новым противоречиям или перспективам изучения последующего материала; вопросы для обратной связи, помогающие корректировать умственную деятельность студентов на лекции.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, а также визуализация с демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Практические занятия – это метод репродуктивного обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы. Практические занятия как образовательная технология помогают студентам систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера. На практических занятиях по дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» студенты обучаются выстраиванию эффективной коммуникации, навыкам групповой работы, приемам решения управленческих задач, а также овладевают умениями и навыками оценки управленческих решений.

На практических занятиях проводятся устные опросы, студенты выступают с сообщениями. Также на практических занятиях по темам 3-6 в общем объеме 8 часов (п. 5.1) используется в качестве интерактивной образовательной технологии анализ конкретной ситуации, когда обучающиеся коллективно в рабочих группах решают управленческие проблемы, основанные на реальном или искусственно сконструированном материале, содержащие либо избыточную, либо недостаточную информацию и имеющие несколько альтернативных решений. Анализ конкретной ситуации позволяет студентам овладеть навыками креативного мышления, самостоятельного анализа нестандартной ситуации, формализации проблемы, планирования, принятия и решения в условиях неопределенности и дефицита времени. На практическом занятии по теме 7 предусмотрено решение студентами учебного задания. Практические занятия по дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» проводятся в компьютерных классах, в которых студенты выполняют задания с использованием Интернет-ресурсов и компьютерной техники, необходимых для сбора, обработки и анализа необходимой информации.

Самостоятельная работа студента проявляется в систематизации, планировании, контроле и регулировании его учебно-профессиональной деятельности, а также собственные познавательные-мыслительные действия без непосредственной помощи и руководства со стороны преподавателя. Основной целью самостоятельной работы студента является формирование навыка самостоятельного приобретения им знаний по некоторым несложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков во время лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает выполнение студентом поиска, анализа информации, проработку на этой основе учебного материала, подготовку к устному опросу, а также подготовку сообщений и выполнение курсовой работы как авторского научно-исследовательского проекта студента, направленного на выработку исследовательских навыков, опыта работы с различными источниками и создание законченного самостоятельного исследования.

В рамках изучения дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» предполагается использовать в качестве информационных технологий среду MS Office: Word 2007, Excel 2007, PowerPoint 2007.

#### **9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Фонд оценочных средств дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена.

Фонд оценочных средств дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» для текущего контроля включает: устные опросы, сообщения, дискуссии, ситуационные задачи и учебное задание.

Устный опрос проводится на практических занятиях с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Также устный опрос проводится для входного контроля по вопросам, перечисленным в п. 9.4.

Сообщение – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов группового решения кейса или учебно-исследовательской темы. Сообщения студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MS Office PowerPoint. Сообщения могут выступать в качестве результата групповой работы студентов о результатах решения ситуационных задач.

Дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы либо сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Главной чертой учебной дискуссии является поиск истина на основе активного участия всех обучающихся и преподавателя, когда истина может состоять и в том, что у заданной проблемы нет единственно правильного решения. В рамках дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» дискуссии проводятся в процессе интерактивных лекций в форме проблемных лекций по темам 1 и 4 (п. 5.1).

Ситуационные задачи студенты решают в рабочих группах в рамках образовательной технологии анализа конкретной ситуации, когда совместными усилиями обещающиеся анализируют конкретную ситуацию, формулируют сложившиеся проблемы, вырабатывают их решения; окончание процесса – оценка предложенных алгоритмов и выбор лучшего в контексте поставленной проблемы. При этом принципиально отрицается наличие единственно правильного решения.

Учебное задание, решаемое студентами на практическом занятии № 11, представляет собой определение коэффициента конкурентоспособности воздушного судна (п. 5.1).

К оценочным средствам также относятся темы курсовых работ, представленные в п. 9.3.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в форме экзамена в 7 семестре. Этот вид промежуточной аттестации позволяет оценить уровень освоения студентом компетенций за весь период изучения дисциплины. Экзамен предполагает устные ответы на 2 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на промежуточную аттестацию, а также решение задания.

### 9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Аудиторные занятия				
<b>Тема 1</b>	<b>4,9</b>	<b>7,1</b>		
Лекция 1	3,6	4,6	1	ИЛ
Практическое занятие 1	1,3	2,5	1	
<b>Тема 2</b>	<b>3,3</b>	<b>6,5</b>		
Лекция 2	1	1,5	2	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Практическое занятие 2	1,3	2,2	2	
Лекция 3	1	2,8	3	
<b>Тема 3</b>	<b>5,8</b>	<b>8,2</b>		
Лекция 4	1	1,5	3	
Лекция 5	1	1,5	4	
Практическое занятие 3	3,8	5,2	4	АКС
<b>Тема 4</b>	<b>14,3</b>	<b>22,7</b>		
Лекция 6	3,6	4,6	5	ИЛ
Практическое занятие 4	1,3	2,8	5	
Лекция 7	1	1,5	6	
Практическое занятие 5	3,8	5,2	6	АКС
Лекция 8	1	1,5	7	
Практическое занятие 6	1,3	2,8	7	
Лекция 9	1	1,5	8	
Практическое занятие 7	1,3	2,8	8	
<b>Тема 5</b>	<b>8,1</b>	<b>12,5</b>	9	
Лекция 10	1	1,5	9	
Лекция 11	1	1,5	10	
Практическое занятие 8	1,3	2,8	10	
Лекция 12	1	1,5	11	
Практическое занятие 9	3,8	5,2	11	АКС
<b>Тема 6</b>	<b>4,8</b>	<b>6,7</b>		
Лекция 13	1	1,5	12	
Практическое занятие 10	3,8	5,2	12	АКС
<b>Тема 7</b>	<b>3,8</b>	<b>6,3</b>		
Лекция 14	1	1,5	13	
Практическое занятие 11	2,8	4,8	14	УЗ
<b>Итого по обязательным видам занятий</b>	<b>45</b>	<b>70</b>		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
<b>Экзамен</b>	<b>15</b>	<b>30</b>		
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>60</b>	<b>100</b>		
<b>Премиальные виды деятельности (для учета при определении рейтинга)</b>				
Участие в конференции по темам дисциплины		10		
Научная публикация по темам дисциплины		10		
<b>Итого дополнительно премиальных баллов</b>		<b>20</b>		
<b>Всего по дисциплине для рейтинга</b>		<b>120</b>		
<b>Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по «академической» шкале</b>				
<b>Количество баллов по балльно-рейтинговой системе</b>		<b>Оценка (по «академической» шкале)</b>		
90 и более		5 – «отлично»		
75÷89		4 – «хорошо»		
60÷74		3 – «удовлетворительно»		
менее 60		2 – «неудовлетворительно»		

## **9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Посещение студентом лекционного занятия оценивается в 0,5 баллов. Ведение лекционного конспекта до 0,5 баллов. Активное участие в дискуссии в ходе интерактивных лекций – от 2,6 до 3,6 балла.

Посещение практического занятия – до 0,8 баллов, ведение конспекта оценивается до 0,5 баллов. Сообщение – от 0,7 до 1 балла. Участие в устном опросе – до 0,5 баллов. Участие в анализе конкретной ситуации, проводимом в рабочих группах, - от 3 до 4,4 балла.

### 9.3 Темы курсовых работ по дисциплине

В рамках дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» предусмотрено выполнение студентам курсовой работы на тему «Лизинг воздушных судов в управленческих решениях». Вариант курсовой работы определяется по последней цифре зачетной книжки студента.

Курсовая работа включает: титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованных источников.

### 9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам

Обеспечивающая дисциплина «Экономика»

- 1 Фирма как субъект рыночной экономики.
- 2 Производственная функция и выбор факторов производства, минимизирующих издержки фирмы. Технологическая и экономическая эффективность производства.
- 3 Понятие и виды издержек производства.
- 4 Понятие и виды доходов фирмы.
- 5 Производство в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи.
- 6 Производство в долгосрочном периоде. Эффект масштаба производства.
- 7 Понятие, виды и формы конкуренции.

Обеспечивающая дисциплина «Конфликтология»

- 1 Понятие конфликта, типы конфликтов.
- 2 Причины конфликтов: объективные и личностные факторы.
- 3 Межличностные конфликты в организации.
- 4 Производственные и трудовые конфликты.

### 9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Критерии	Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций
----------	--------------------------------	-----------------------------------

<i>1. Способность находить решения в нестандартных ситуациях и готовностью нести за них ответственность (ОК-9)</i>		
<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-перечень своих полномочий в условиях нормальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций;</li> <li>-сущность и типологию конфликтов в организации.</li> </ul>	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-знает перечень своих полномочий в условиях нормальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций;</li> <li>-знает сущность и типологию конфликтов в организации.</li> </ul>
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-знает рамки своих полномочий в условиях нормальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций;</li> <li>-характеризует типологию конфликтов в организации.</li> </ul>
<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-четко выполнять предписанные процедуры, в случае возникновения нестандартной ситуации в работе авиапредприятия;</li> <li>-оценивать организационные конфликты и обосновывать мероприятия по их предотвращению и разрешению.</li> </ul>	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-подготавливает предписанные процедуры, в случае возникновения нестандартной ситуации в работе авиапредприятия;</li> <li>-планирует применение мероприятия по предотвращению и разрешению организационных конфликтов.</li> </ul>
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-применяет предписанные процедуры, в случае возникновения нестандартной ситуации в работе авиапредприятия;</li> <li>-демонстрирует применение мероприятия по предотвращению и разрешению организационных конфликтов.</li> </ul>

<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-современными технологиями принятия управленческих решений, с использованием свободы и ответственности;</li> <li>-социально-психологическими приемами руководства и исполнения в пределах своих полномочий, гражданской и профессиональной позиции.</li> </ul>	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-оценивает современные технологии принятия управленческих решений, с использованием свободы и ответственности;</li> <li>-определяет социально-психологические приемы руководства и исполнения в пределах своих полномочий, гражданской и профессиональной позиции.</li> </ul>
	<p>2 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-моделирует современные технологии принятия управленческих решений, с использованием свободы и ответственности;</li> <li>-проектирует социально-психологические приемы руководства и исполнения в пределах своих полномочий, гражданской и профессиональной позиции.</li> </ul>
<p><i>2. Обладание креативным мышлением, способностью к самостоятельному анализу ситуации, формализации проблемы, планированию, принятию и реализации решения в условиях неопределенности и дефицита времени (ОК-10)</i></p>		
<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-схему организации процесса стратегического планирования компании;</li> <li>-типы генеральных стратегий компаний и методы их реализации.</li> </ul>	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-описывает схему организации процесса стратегического планирования компании;</li> <li>-перечисляет типы генеральных стратегий компаний и методы их реализации.</li> </ul>

	2 этап формирования	-объясняет схему организации процесса стратегического планирования компании; -характеризует типы генеральных стратегий компаний и методы их реализации.
Умеет: -проводить анализ внешних (макроокружение и непосредственное окружение) и внутренних факторов, влияющих на реализацию стратегии.	1 этап формирования	-инсценирует анализ внешних (макроокружение и непосредственное окружение) и внутренних факторов, влияющих на реализацию стратегии.
	2 этап формирования	-применяет анализ внешних (макроокружение и непосредственное окружение) и внутренних факторов, влияющих на реализацию стратегии.
Владеет: -навыками построения «дерева целей»; -навыками выполнения PEST-анализа и SWOT-анализа авиапредприятия.	1 этап формирования	-строит "дерево целей"; -строит матрицу PEST-анализа; -строит матрицу SWOT-анализа.
	2 этап формирования	-анализирует "дерево целей"; -оценивает матрицу PEST-анализа; -ранжирует матрицу SWOT-анализа.
<i>3. Способность актуализировать имеющиеся знания, умения и навыки при принятии решения и его реализации (ОК-33)</i>		

<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-принципы и методы управленческих мероприятий на авиапредприятии;</li> <li>-этапы стратегического и оперативного планирования в маркетинге.</li> </ul>	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-описывает принципы и методы управленческих мероприятий на предприятии;</li> <li>-определяет сущность основных этапов стратегического и оперативного планирования в маркетинге.</li> </ul>
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-классифицирует принципы и методы управленческих мероприятий на предприятии;</li> <li>-характеризует диапазон содержания планов маркетинга.</li> </ul>
<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-проводить оценку эффективности менеджмента и маркетинга авиапредприятия.</li> </ul>	1 этап формирования	-дает определение показателям, характеризующим эффективность менеджмента и маркетинга авиапредприятия.
	2 этап формирования	-оценивает варианты управленческого решения с точки зрения эффективности менеджмента и маркетинга.
<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-алгоритмом составления маркетинговой программы авиапредприятия.</li> </ul>	1 этап формирования	-выводит алгоритм составления маркетинговой программы.

	2 этап формирования	-предлагает маркетинговую стратегию, представляющую собой направление действий руководства авиапредприятия в конкретных условиях развивающегося рынка.
<i>4. Готовность использовать на практике умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ, в управлении коллективом (ОК-50)</i>		
Знает: -мотивы поведения и способы развития делового поведения персонала; -принципы формирования организационной культуры авиапредприятия.	1 этап формирования	-перечисляет мотивы поведения и способы развития делового поведения персонала; -определяет основы формирования организационной культуры авиапредприятия.
	2 этап формирования	-оценивает мотивы поведения и способы развития делового поведения персонала; причины возникновения конфликтов и способы управления конфликтами в организации; -оценивает основы формирования организационной культуры авиапредприятия.

<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-координировать работу персонала;</li> <li>-анализировать эффективность функционирования организационной культуры авиапредприятия.</li> </ul>	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-планирует способы координации работы персонала;</li> <li>- выбирает показатели для оценки эффективности функционирования организационной культуры авиапредприятия.</li> </ul>
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-демонстрирует способы координации работы персонала;</li> <li>- дает оценку эффективности функционирования организационной культуры авиапредприятия.</li> </ul>
<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-приемами и методами работы с персоналом;</li> <li>-методами реформирования организационной культуры авиапредприятия.</li> </ul>	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-определяет приемы и методы работы с персоналом;</li> <li>-распознает методы реформирования организационной культуры авиапредприятия.</li> </ul>
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-моделирует приемы и методы работы с персоналом;</li> <li>-обосновывает методы реформирования организационной культуры авиапредприятия.</li> </ul>
<p><i>5. Способность проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности (ОК-51)</i></p>		
<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-принципы и методы командной работы, в том числе, в условиях риска.</li> </ul>	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-определяет принципы и методы командной работы, в том числе, в условиях риска.</li> </ul>
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>-оценивает принципы и методы командной работы, в том числе, в условиях риска.</li> </ul>

<p>Умеет:</p> <p>-организовать эффективную личную и командную работу на авиапредприятии.</p>	1 этап формирования	-называет этапы организации личной и командной работы.
	2 этап формирования	-оценивает этапы личной и командной работы.
<p>Владеет:</p> <p>-методикой оценки эффективности работы команды.</p>	1 этап формирования	-составляет методику оценки эффективности работы команды.
	2 этап формирования	-применяет методику оценки эффективности работы команды.
<p><i>б. Способность и готовность к творческой адаптации к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям (ОК-58)</i></p>		
<p>Знает:</p> <p>-типологию инновационных стратегий предприятия.</p>	1 этап формирования	-описывает типологию инновационных стратегий предприятия.
	2 этап формирования	-оценивает типологию инновационных стратегий предприятия.
<p>Умеет:</p> <p>-формировать инновационную стратегию предприятия.</p>	1 этап формирования	-подготавливает исходные данные для формирования инновационной стратегии предприятия.
	2 этап формирования	-формирует инновационную стратегию предприятия.

<p>Владеет:</p> <p>-оценивать эффективность инновационных стратегий.</p>	1 этап формирования	-подготавливает исходную информацию для оценки эффективности инновационной стратегии.
	2 этап формирования	-оценивает эффективность инновационной стратегии.
<p><i>7. Способность актуализировать способности и возможности своих сотрудников (ПК-36)</i></p>		
<p>Знает:</p> <p>-основы организации управленческого труда на авиапредприятии;</p> <p>-основные факторы, влияющие на политику управления персоналом.</p>	1 этап формирования	-называет основы организации управленческого труда на авиапредприятии; <p>-перечисляет основные факторы, влияющие на политику управления персоналом.</p>
	2 этап формирования	-оценивает основы организации управленческого труда на авиапредприятии; <p>-анализирует основные факторы, влияющие на политику управления персоналом.</p>
<p>Умеет:</p> <p>-организовывать деятельность исполнителей на авиапредприятии.</p>	1 этап формирования	-планирует деятельность исполнителей на предприятии.
	2 этап формирования	-инсценирует организацию деятельности исполнителей на предприятии.

<p>Владеет:</p> <p>-навыками построения матрицы ответственности.</p>	1 этап формирования	-формирует исходные данные, необходимые для построения матрицы ответственности
	2 этап формирования	-строит матрицу ответственности.
<p><i>8. Способность и готовность находить и принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и в условиях различных мнений, готовностью нести за них ответственность (ПК-46)</i></p>		
<p>Знает:</p> <p>-типологию организационных структур управления авиапредприятием;</p> <p>-методы авиационного менеджмента;</p> <p>-сущность власти и лидерства в организации.</p>	1 этап формирования	<p>- описывает типологию организационных структур управления авиапредприятием;</p> <p>-перечисляет методы авиационного менеджмента;</p> <p>-определяет сущность власти и лидерства в организации.</p>
	2 этап формирования	<p>-объясняет типологию организационных структур управления авиапредприятием;</p> <p>-оценивает методы авиационного менеджмента;</p> <p>-анализирует сущность власти и лидерства в организации.</p>

<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-анализировать эффективность функционирования организационных структур управления авиапредприятием;</li> <li>-проводить анализ административных, экономических и социально-психологических методов управления;</li> <li>-учитывать социальные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе.</li> </ul>	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-формирует исходные данные, необходимые для анализа эффективности функционирования организационных структур управления авиапредприятием;</li> <li>-подготавливает анализ административных, экономических и социально-психологических методов управления;</li> <li>-определяет социальные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе.</li> </ul>
	<p>2 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-оценивает эффективность функционирования организационных структур управления авиапредприятием;</li> <li>-проводит анализ административных, экономических и социально-психологических методов управления;</li> <li>-учитывает социальные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе.</li> </ul>
<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-методикой анализа основных рисков функционирования организационных структур управления авиапредприятием;</li> <li>-методами эффективного лидерства.</li> </ul>	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-формирует исходные данные, необходимые для анализа основных рисков функционирования организационных структур управления авиапредприятием;</li> <li>-моделирует методы эффективного лидерства.</li> </ul>

	2 этап формирования	-оценивает риски функционирования организационных структур управления авиапредприятием; -оценивает методы эффективного лидерства.
--	---------------------	--

Шкала оценивания курсовой работы приведена ниже:

Наименование этапа выполнения курсового проекта	Максимальное количество баллов	Шкала оценивания
<i>Этап 1. «Выдача задания на курсовую работу»</i>	–	–
<i>Этап 2. «Составление введения и выполнение основной части курсовой работы», в т. ч.:</i>	40	
– введение	10	До 1 балла снимается за допущенные грамматические ошибки, 1-2 балла снимаются за неполноту и некорректность формулировки актуальности, цели и задачи курсовой работы.
– основная часть курсовой работы	30	0,5 балла снимается за ошибку в расчете показателя, 1 балл снимается за отсутствие расчетного показателя, 1 балл снимается за отсутствие вывода, 0,5 балла снимается за некорректный вывод, 0,2 балла снимается за неполный вывод, до 1 балла снимается за допущенные грамматические ошибки.
<i>Этап 3. «Составление заключения и оформление курсовой работы», в т.ч.</i>	20	

Наименование этапа выполнения курсового проекта	Максимальное количество баллов	Шкала оценивания
– заключение	10	1 балл снимается за отсутствие вывода, 0,5 балла снимается за некорректный вывод, 0,2 балла снимается за неполный вывод, до 1 балла снимается за допущенные грамматические ошибки.
– оформление	10	1-3 балла снимаются за небрежность оформления текста, 1-2 балла снимаются за небрежность оформления использованных источников
<i>Своевременность выполнения</i>	<i>10</i>	За каждый просроченный день по неуважительной причине снимается 0,5 балла.
<b><i>Итого выполнение курсовой работы</i></b>	<b><i>70</i></b>	
<i>Защита курсовой работы</i>	<i>30</i>	5 баллов – исследовательский характер; 5 баллов – актуальность работы; 10 баллов – ответы на вопросы четкие, ясные и полные; 5 баллов – системная интерпретация полученных в курсовой работе результатов; 5 баллов – грамотное ведение полемики.
<b><i>Всего по курсовой работе</i></b>	<b><i>100</i></b>	
<b>Перевод баллов в оценку по «академической» шкале</b>		
<b>Количество баллов</b>	<b>Оценка (по «академической» шкале)</b>	
<b>90 и более</b>	<b>5 – «отлично»</b>	
<b>75÷89</b>	<b>4 – «хорошо»</b>	
<b>60÷74</b>	<b>3 – «удовлетворительно»</b>	
<b>менее 60</b>	<b>2 – «неудовлетворительно»</b>	

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за экзамен – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («экзамен сдан») – 15 баллов.

2. При наборе менее 15 баллов – экзамен не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Экзаменационная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета и за решение задачи.

4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– *1 балл*: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– *2 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– *3 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– *4 балла*: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

– *7 баллов*: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– *8 баллов*: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– *9 баллов*: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– *10 баллов*: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

5. Решение задания оценивается следующим образом:

– *10 баллов*: задание выполнено на 91-100 %, ответ аккуратно оформлен, выводы обоснованы, дана правильная и полная интерпретация

выводов, студент аргументированно обосновывает свою точку зрения, уверенно и правильно отвечает на вопросы преподавателя;

– *9 баллов*: задание выполнено на 86-90 %, ответ аккуратно оформлен, выводы обоснованы, дана правильная и полная интерпретация выводов, студент аргументированно обосновывает свою точку зрения, правильно отвечает на вопросы преподавателя;

– *8 баллов*: задание выполнено на 81-85 %, ход решения правильный, незначительные погрешности в оформлении; правильная, но не полная интерпретация выводов, студент дает верные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает некоторые затруднения в интерпретации полученных выводов;

– *7 баллов*: задание выполнено на 74-80 %, ход решения правильный, значительные погрешности в оформлении; правильная, но не полная интерпретация выводов, студент дает правильные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает определенные затруднения в интерпретации полученных выводов;

– *6 баллов*: задание выполнено 66-75 %, подход к решению правильный, есть ошибки, оформление с незначительными погрешностями, неполная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

– *5 баллов*: задание выполнено на 60-65 %, подход к решению правильный, есть ошибки, значительные погрешности при оформлении, неполная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

– *4 балла*: задание выполнено на 55-59 %, подход к решению правильный, есть ошибки, значительные погрешности при оформлении, неполная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

– *3 балла*: задание выполнено на 41-54 %, решение содержит грубые ошибки, неаккуратное оформление работы, неправильная интерпретация выводов, студент дает неправильные ответы на вопросы преподавателя;

– *2 балла*: задание выполнено на 20-40 %, решение содержит грубые ошибки, неаккуратное оформление работы, выводы отсутствуют; не может прокомментировать ход решения задачи, дает неправильные ответы на вопросы преподавателя;

– *1 балл*: задание выполнено менее, чем на 20 %, решение содержит грубые ошибки, студент не может прокомментировать ход решения задачи, не способен сформулировать выводы по работе.

## **9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

### ***Перечень типовых вопросов для устного опроса***

1. Что такое авиационный менеджмент?
2. Какова цель авиационного менеджмента?

3. Что является субъектом и объектом авиационного менеджмента?
4. Основные этапы развития менеджмента
5. Школы менеджмента
6. Изучение зарубежных моделей управления
7. Общие характеристики организации
8. Факторы внешней и внутренней среды
9. Горизонтальное и вертикальное разделение труда
10. Формирование формальной и неформальной организации
11. Охарактеризуйте схему организации процесса стратегического планирования авиакомпании
12. Как формируется миссия авиапредприятия?
13. Назовите типы генеральных стратегий авиакомпаний и методы их реализации
14. Централизация и децентрализация в управлении авиапредприятием
15. Понятие, цели и правила делегирования полномочий
16. Технология проектирования и реализации систем менеджмента качества
17. Содержательные теории процесса мотивации
18. Процессуальные теории процесса мотивации
19. Функция контроля. Формы и виды контроля
20. Классические принципы менеджмента
21. Современные принципы менеджмента
22. Административные методы менеджмента
23. Экономические методы менеджмента
24. Социально-психологические методы менеджмента
25. Охарактеризуйте типы организационной культуры, в зависимости от организационной структуры авиапредприятия
26. Цель и технология проведения SWOT-анализа
27. Поясните этапы формирования организационной культуры авиапредприятия
28. Роль организационной культуры в процессе проведения организационных изменений
29. Назовите способы влияния на подчиненных по классификации Дж.Френча и Б.Равена
30. Перечислите и охарактеризуйте требования к авиационному менеджеру
31. Проведите анализ «Концепции ограничений в деятельности руководителя»
32. Назовите стратегии достижения целей лидером в контексте организационного развития авиапредприятия
33. Что такое авиационный маркетинг?
34. Каковы цели авиационного маркетинга?
35. Назовите характерные черты основных рыночных структур

36. Охарактеризуйте блок-схему структурной модели мирового рынка авиатранспортной продукции
37. Проведите анализ модели маркетинг-микс "4Р"
38. В чем заключается особенность концепция маркетинга в сфере услуг?
39. Назовите инструменты маркетинговой деятельности авиапредприятия
40. Типы конфликтов. Методы разрешения конфликтной ситуации

### ***Перечень тем сообщений***

1. История развития авиационного менеджмента как системы. Историческая справка
2. Международные организации ГА. Анализ исторических предпосылок создания ИКАО
3. Влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента.
4. Мировая система воздушного транспорта. Специфические проблемы МСВТ
5. Жизненный цикл организации
6. Модели Л.Грейнера и И.Адизеса
7. Сущность и содержание менеджмента качества и преимущества внедрения системы менеджмента качества в авиационных предприятиях
8. Мотивация персонала: виды и значение
9. Контроль - как функция менеджмента
10. Принципы менеджмента А. Файоля
11. Принципы менеджмента Ф. Тейлора
12. Организационная структура и структура управления авиакомпаниями
13. Основные принципы формирования организационной структуры авиакомпании
14. Понятие и сущность нормы управляемости. Рекомендуемые значения для авиапредприятия
15. Признаки форм планирования
16. Понятие и сущность миссии авиапредприятия
17. Примеры сформулированных миссий российских авиакомпаний
18. Основные положения PEST-анализа
19. Роль организационной культуры в поддержании стабильности авиапредприятия как социальной системы
20. Взаимосвязь индивидуального поведения работника и сложившейся модели организационной культуры авиапредприятия
21. Подбор моделей и методов диагностики организационной культуры в зависимости от организационных задач
22. Влияние форм и методов управления на организационную культуру авиапредприятия

23. Понятие и составляющие лидерского потенциала авиационного менеджера
24. Согласование личных и командных целей
25. Социально-психологическая структура команды
26. Развитие навыков межличностных коммуникаций и навыков ведения переговоров в менеджменте
27. Рациональная модель принятия решения лидером авиапредприятия
28. Инструментарий саморазвития лидера авиапредприятия
29. Мониторинг управленческой активности лидера авиапредприятия
30. Прогнозирование конфликта
31. Предупреждение конфликта
32. Межличностные стили разрешения конфликтов
33. Задачи руководителя при разрешении конфликта
34. Анализ сегментов мирового рынка авиатранспортной продукции
35. Характерные черты рыночных структур
36. Исследование рынка путем опроса мнения пассажиров
37. Внедрение системы управления продуктом в современной авиакомпании
38. Коммуникация в клиентских конфликтах

### ***Типовые ситуационные задачи для анализа конкретных ситуаций***

1. *Практическое занятие № 3.* Кейс «Построение организационной структуры управления кейтеринговой компании FreeWater».

Вопросы по кейсу:

1) проанализируйте сложившуюся в компании ситуацию, в том числе, проблемы, связанные с изменениями внешней среды и неэффективностью организационной структуры управления компанией.

2) на основе проведенного анализа, разработайте новую организационную структуру управления кейтеринговой компании FreeWater.

2. *Практическое занятие № 4.* Кейс «Прогноз генеральной стратегии авиакомпании».

Вопросы по кейсу:

1) в таблицах 1 и 2 представлены показатели конкурентоспособности ПАО «Аэрофлот» и Группы компаний «Lufthansa за 2013-2015 годы, а также прогнозные показатели производственной деятельности ПАО «Аэрофлот» до 2020 года;

2) на основе анализа показателей, предложите стратегию сохранения (повышения) конкурентоспособности ПАО «Аэрофлот» на мировом рынке авиаперевозок в данном периоде.

Таблица 1

## Показатели конкурентоспособности ПАО «Аэрофлот» и Группы компаний «Lufthansa»

№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	ПАО «Аэрофлот»			Группа компаний «Lufthansa»		
			2013	2014	2015	2013	2014	2015
1	Доходная ставка	цент/ пасс. км	10,4	7,8	8,5	18,2	18,6	17,4
2	Расходная ставка	цент/ пасс. км	8,3	6,8	7,4	17,8	18,9	15,8
3	Среднесписочное число ВС	ед.	143	155	170	622	615	600
4	Налет часов	тыс. час	509	555	595	3627	3455	3781
5	Среднесуточный налет ВС	час/ ВС в сутки	9,8	9,8	9,6	16,0	15,4	17,3
6	Пассажирооборот выполненный	млрд. пасс. км	60	67	74	214	209	202

Таблица 2

## Прогнозные показатели производственно-хозяйственной деятельности (ПХД) ПАО «Аэрофлот» до 2020 года

№ п/п	Наименование показателя	Единицы измерения	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Перевозка пассажиров	млн. чел.	26,1	30,4	33,7	37,3	41,0	45,0
2	Выполненный пассажирооборот	млрд. пасс. км	74,1	84,0	93,1	102,7	112,9	123,8
3	Предельный пассажирооборот	млрд. кресло-км	93,5	106,1	117,3	129,1	141,6	155,0
4	Коэффициент пассажирской загрузки	%	79,3	79,5	79,8	80,2	80,6	80,9

3.Практическое занятие № 9. Кейс «Анализ социально-психологических методов менеджмента».

Вопросы по кейсу:

1) исследуйте принципы социально-психологического влияния доктора Роберта Б. Чалдини («Психология влияния» (Influence: The Psychology of Persuasion):

— принцип последовательности (реализуется в том, что человек действует согласно заявленным критериям и будет принят положительно, даже если сам не вызывает личной симпатии);

— принцип взаимного обмена (стремление определенным образом отплатить за то, что ему предоставил другой человек);

— принцип социального доказательства (тенденция считать выбор правильным, если его осуществляют многие другие люди);

— принцип благорасположения (выслушивание положительной информации о себе делает человека более уступчивым);

— принцип влияния авторитета (ссылка на мнение значимого или престижного лица);

— принцип дефицита (касается ограниченности времени и ресурсов при необходимости принять срочное решение).

2) приведите примеры использования принципов социально-психологического влияния из реальных отношений в Вашей жизни:

Принципы	Примеры использования
Принцип последовательности	
Принцип взаимного обмена	
Принцип социального доказательства	
Принцип благорасположения	
Принцип влияния авторитета	
Принцип дефицита	

3.Практическое занятие № 10. Кейс «Элементы организационной культуры».

1) изучите трехуровневую модель организационной культуры Э.Шайна;

2) на основе полученных знаний, заполните таблицу:

Организационная культура	
Уровни	Элементы
Поверхностный	
Подповерхностный	
Глубинный	



	Кол-во пассажиров (человек) N	Коммерческая нагрузка (тонн)	Максимальная скорость (км/ч) V	Дальность беспосадочного полета (км) L	Цена \$ тыс.
Коэффициент важности параметра/тип самолета	0,3	0,4	0,1	0,2	Кважн. =1
А-300-600	375	44,18	890	8060	67000
А-330-300	428	45,7	910	12800	75000
Б-747-400	412	65,3	976	15200	120500
Б-747-300	400	67	982	13590	110000
Б-747-СП	331	35	973,7	16450	90000
Б-747-200S	452	68,8	977	11423	100000
ДС1030ЦФ	380	49,28	880	11666	67000
МД-11	276	56	887	15250	80000
Гипотетический самолет аналог - с лучшими характеристиками	452	68,8	982	16450	67000

### ***Примерный перечень вопросов для экзамена***

1. Понятие и сущность авиационного менеджмента
2. Характеристика объекта и субъекта управления авиапредприятием
3. История развития менеджмента
4. Международные организации ГА.
5. Законодательство и нормативные правовые акты Российской Федерации в области менеджмента качества, международные стандарты менеджмента качества
6. Методы контроля менеджмента качества в авиационных предприятиях
7. Факторы успешного управления предприятием
8. Системный и ситуационный подходы к управлению предприятием
9. Авторитет авиационного менеджера
10. Требования к современному руководителю авиапредприятия
11. Проблемы лидерства в менеджменте
12. Комплексная модель авиатранспортного предприятия

13. Организационная структура и структура управления авиакомпаниями
14. Типы генеральных стратегий авиакомпаний и методы их реализации
15. Модель стратегического планирования авиакомпании
16. Миссия и цели авиапредприятия
17. Внутренние и внешние факторы предприятия. Блок-схема структурно - функциональной модели авиакомпании как большой организационно-технической системы.
18. Централизация и децентрализация в управлении авиапредприятием
19. Понятие, цели и правила делегирования полномочий
20. Содержательные теории процесса мотивации
21. Процессуальные теории процесса мотивации
22. Функция контроля. Формы и виды контроля
23. Этапы проведения контроля
24. Методы менеджмента
25. Принципы менеджмента
26. Организационная культура авиапредприятия
27. Власть и личное влияние менеджера
28. Стратегии достижения целей лидером в контексте организационного развития авиапредприятия
29. Лидер и система
30. Анализ существующей модели взаимодействия с подчиненными и оценка их эффективности
31. Классификация конфликтов в организации
32. Способы разрешения конфликтных ситуаций
33. Понятие об авиационном маркетинге. Основные определения и ключевые понятия
34. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге
35. Блок-схема структурной модели мирового рынка авиатранспортной продукции
36. Жизненный цикл товара (услуги)
37. Приемы и средства продвижения товара (услуги)
38. Сегменты мирового рынка авиатранспортной продукции
39. Характерные черты рыночных структур
40. Инструменты маркетинговой деятельности авиапредприятия

**. Типовые задания для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. «Индекс Герфиндаля-Гиршмана: значение и методика расчета». Преподаватель предлагает определить индекс для прогнозирования монополистического поведения предприятий в отрасли.

*Описание задания:*

Индекс Герфиндаля-Гиршмана (англ. Herfindahl-Hirschman index)— индекс, который показывает степень концентрации рынка, или, другими словами, уровень влияния на рынке одной или нескольких фирм.

Для  $n$  фирм индекс будет рассчитываться следующим образом:

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

где  $S_i$  - доля рынка  $i$ -ой фирмы,

$n$  - количество фирм на рынке.

Индекс принимает значения от 0 (в идеальном случае совершенной конкуренции, когда на рынке бесконечно много продавцов) до 1 (когда на рынке действует только одна фирма, производящая 100% выпуска).

Если считать рыночные доли в процентах, индекс будет принимать значения от 0 до 10 000.

Чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке.

Классификация рынков.

1. Высококонцентрированные рынки:  $1800 < HHI < 10000$  (новой фирме трудно войти на рынок)

2. Умеренно-концентрированные рынки:  $1000 < HHI < 1800$

3. Низкоконцентрированные рынки:  $HHI < 1000$  (новой фирме легко войти на рынок)

*Задание:*

а) На основе данных определите, в какой отрасли индекс Герфиндаля-Гиршмана выше, и чему он равен.

Показатели	Отрасль А						Отрасль В					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Порядковый номер предприятия	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Удельный вес каждого предприятия в общем объеме, %	7	13	20	25	23	12	8	12	20	22	22	16

б) На рынке услуг действуют 14 предприятий. Доля 1-ого – 15%, 2-ого – 10%, 3,4,5,6 – по 8%, 7,8,9,10,11 – по 6%, 12,13 – по 5%, 14 – 3%.

Рассчитайте индекс Герфиндаля-Гиршмана для этих 14 предприятий.

Если 2-е и 3-е предприятие решат объединиться, следует ли государственным органам разрешить такое слияние?

2. В качестве задач к экзамену для проведения промежуточного контроля по дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» также могут использоваться следующие ситуационные задачи.

2.1. *«Влияние организационной культуры на деятельность предприятия»*

*Описание ситуации:* организационная культура начинается с обстановки внутри компании: с культуры взаимоотношений персонала разных уровней между собой и с руководством, с уважительного отношения начальников к своим подчиненным, с признания компанией их заслуг и поощрения за достижения.

Процесс управления организационной культурой делится на два ключевых момента:

– представление и согласие – главное руководство должно четко сформулировать свое представление о том, какой бы оно хотело видеть культуру организации. Затем оно должно продемонстрировать свою готовность работать в соответствии с оговоренным представлением;

– общение – сотрудникам необходимо осмыслить и обсудить логическое обоснование изменений культуры.

Один из ярких примеров влияния организационной культуры на деятельность организации – опыт компании British Airways. Управление British Airways решило изменить культуру компании. Главной сферой изменений оказалось обслуживание пассажиров, а ключом к успеху в этом деле – дать почувствовать работникам уверенность в себе и своей компании, за счет улучшения социально-психологического климата в коллективе. Забота о пассажирах потребовала формирования у работников British Airways новых навыков, которые прежде не развивались.

Программу изменения культуры разделили на три части.

1. Двухдневный интенсивный семинар, предназначенный для персонала, осуществляющего контакт с пассажирами. Цель семинара – настроить людей на то, чтобы они думали о важности обслуживания пассажиров. На семинаре рассматривались такие проблемы, как: насколько важна взаимопомощь сотрудников для хорошего обслуживания пассажиров, в чем ведении находятся проблемы пассажиров, насколько важен язык жестов и мимики при межличностных контактах и т.д. Эту программу изучили все 40000 служащих;

2. Один день – однодневное мероприятие, посвященное тому, чтобы помочь всему персоналу осознать свою зависимость в работе друг от друга. Это мероприятие посетило приблизительно 30000 человек;

3. В первую очередь – управление людьми – мероприятие для менеджеров, рассчитанное на пять с половиной дней. Менеджеры должны были усвоить следующие понятия:

- безотлагательность; этот термин означает, что руководитель своими действиями должен опережать события, не реагировать на происходящее пассивно;

- видение, что означает иметь в голове картину всего здания в тот момент, когда только замешивается цемент. Иными словами, менеджеры должны работать здесь и сейчас, когда они замешивают цемент, удерживая в фокусе внимания последствия, образно говоря, всего процесса стройки;

- мотивация, что означает управление, ориентированное на ожидаемые результаты; необходимо уметь увлекать людей работой, чтобы они эффективно выполняли поручаемые им задания;

- доверие; оно придает человеку уверенности, когда он работает один, и воодушевляет группу, когда люди работают вместе, открывает сотрудникам возможность принимать собственные решения;

- ответственность за сделанную работу. Кроме того, в British Airways была введена новая схема оценки работы, основанная на системе наставничества, выдвинувшая в центр внимания работу управляющего.

*Задание:*

1. Определите тип организационной культуры компании British Airways.

2. Оцените влияние организационной культуры на производительность, дисциплину, текучесть кадров и заинтересованность сотрудников компании в своей работе.

3. Проанализируйте возможность управления организационной культурой в интересах развития организации

## 2.2. «Ваши действия, как руководителя, в разрешении и управлении конфликтной ситуацией»

*Описание ситуации:*

Вы - официальный руководитель авиапредприятия. В коллективе возник конфликт между руководителями смежных отделов. Причиной конфликта стали неравные возможности в реализации как личных, так и групповых интересов конфликтующих. Ваши действия?

Элементы ответа	Содержание ответа
Определить проблему (проблемы), содержащуюся в ситуационной задаче	Возникновение конфликта между руководителями смежных отделов организации
Диагностировать причины возникновения проблемы	Неравные возможности в реализации как личных, так и групповых интересов конфликтующих сторон
Предложить вариант (варианты) решения проблемы	Поручение выполнения задачи, требующей участия обоих конфликтующих сторон для примирения руководителей; определение объективности

Элементы ответа	Содержание ответа
	наличия неравных возможностей в реализации личных и групповых интересов
Обосновать вариант решения проблемы (цель, основные мероприятия, ресурсное обеспечение, ограничения в реализации)	<p>Цель – примирение конфликтующих руководителей смежных отделов организации</p> <p>Основные мероприятия – формулирование задачи, выполнение которой требует одновременного участия обеих конфликтующих сторон; проведение анализа объективности наличия неравных возможностей в реализации личных и групповых интересов; в случае ненахождения причин для объективного наличия неравных возможностей – уравнивать их; проведение тренингов по сплочению коллектива, формированию у работников понимания важности и необходимости работы в команде; разработка грамотной стратегии управления персоналом, политики продвижения работников организации по карьерной лестнице</p> <p>Ресурсы – кадровые ресурсы организации + привлечение коучеров + другие специалисты по управлению персоналом; финансовые средства организации</p> <p>Ограничения – недостаток квалифицированных кадров; недостаток финансирования</p>
Охарактеризовать ожидаемый результат	Примирение конфликтующих руководителей, сплочение коллектива организации
Обосновать эффективность своего управленческого решения	Показателями эффективности будут: уменьшение случаев возникновения конфликтов в организации, темпы продвижения сотрудников по карьерной лестнице, внутренний микроклимат в организации
Обозначить нормативно – правовое и документационное обеспечение своего управленческого решения	<p>Нормативно – правовое – Конституция РФ, Трудовой Кодекс РФ, Устав организации, положения по продвижению работников по карьерной лестнице</p> <p>Документационное – внутренняя документация организации: приказы, распоряжения в сфере управления персоналом организации</p>
Сделать общий вывод по существу ситуационной (профессиональной) задачи	При решении данной задачи был предложен ряд мероприятий, реализация которых будет способствовать устранению возникшей в организации конфликтной ситуации, формированию благоприятного микроклимата в рабочей среде, созданию единых условий для продвижения работников по карьерной лестнице

## 10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая в 7 семестре к изучению дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга», обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. В этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную и исследовательскую деятельность и формирование у него навыков организации такой деятельности с целью развития самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях социально-экономического развития.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. На первом занятии преподаватель осуществляет входной контроль по вопросам дисциплины «Экономика» и «Конфликтология» (п. 9.4), на которой базируется дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» (п. 2).

В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы. Первая и шестая лекции проводятся в интерактивной форме – проблемные лекции (п. 8).

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений (из известных или выработанных самостоятельно, например, менеджмент обозначать большой буквой М). Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрику материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п. Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомни-

тельными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к сдаче экзамена.

Практические занятия по дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» проводятся в соответствии с п. 5.4. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы; приобрести начальные практические умения сформировать и оценить проект решения управленческой задачи в организации, а также приобрести навыки проведения оценки эффективности управленческих решений.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины.

На практических занятиях проводится устный опрос, обучающиеся представляют сообщения, в том числе в виде презентаций, которые выполняют в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти сообщения, а также студенты решают ситуационные задачи и учебное задание. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Студентам необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

- поиск, анализ информации и проработку учебного материала;
- подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

- подготовку сообщений (примерный перечень тем докладов в п. 9.6);
- выполнение курсовой работы (п. 9.3).

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной «Основы авиационного менеджмента и маркетинга». Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга». Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины.

Экзамен позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Экзамен предполагает ответы на 2 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на промежуточную аттестацию, а также решение задания (п. 9.6).

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по специальности 162001 «Эксплуатация воздушных судов и организация воздушного движения».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмента» (№20) «14» января 2017 года, протокол № 4.

Разработчик:

к.э.н., доцент



Красненкова О.А.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)*

Заведующий кафедрой № 20

д.т.н., доцент



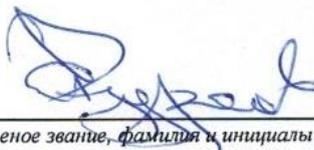
Маслаков В. И.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)*

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

д.т.н., с.н.с.



Кудряков С.А.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «15» февраля 2017 года, протокол №5.

Программа с изменениями и дополнениями (в соответствии с Приказом от 14 июля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры») рассмотрена и согласована на заседании Учебно-методического совета Университета «30» августа 2017 года, протокол № 10.