
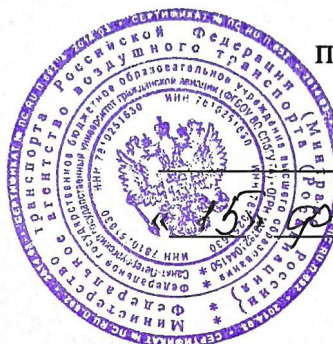


МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУА)

УТВЕРЖДАЮ

Первый
проректор – проректор
по учебной работе
 Н.Н. Сухих
15 февраля 2018 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ АВИАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Направление подготовки
20.03.01 Техносферная безопасность

Направленность программы (профиль)
Безопасность технологических процессов и производств

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2018

1 Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» — формирование у студентов целостной системы знаний в области менеджмента с учетом особенностей авиатранспортного производства; формировании системы знаний о производственных отношениях в хозяйственном процессе, технологии управления производственной деятельностью авиапредприятия, как хозяйствующего субъекта.

Задачи освоения дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга»:

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

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к экспертному, надзорному и инспекционно-аудиторскому виду профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» представляет собой дисциплину, относящуюся к «Дисциплинам по выбору», вариативной части Блока 1 «Дисциплины».

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин «Экономика», «Менеджмент», «Надзор и контроль в сфере безопасности», «Управление проектами», «Моделирование транспортных процессов», «Экспертиза условий труда», «Коммуникационный менеджмент», «Риторика и основы ораторского искусства».

Дисциплина 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
Способностью организовать свою работу ради достижения поставленных целей и готовностью к использованию инновационных идей (ОК-6)	Знать: - принципы организации работы авиапредприятия для достижения поставленных целей; - инновационные разработки в профессиональной области.

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильно сформулировать цели и задачи в управленческой деятельности; - проводить оценку эффективности инновационных технологий в профессиональной сфере. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования и организации работы авиапредприятия; - навыками построения «дерева целей».
Способностью работать самостоятельно (ОК-8)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы организации управленческого труда на авиапредприятии; - основные этапы принятия управленческого решения авиационным менеджером. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать самостоятельную управленческую деятельность на авиапредприятии; - проводить оценку эффективности менеджмента авиапредприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выполнения PEST-анализа и SWOT-анализа авиапредприятия.
Способностью принимать решения в пределах своих полномочий (ОК-9)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - перечень своих полномочий в условиях нормальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций; - сущность власти и лидерства в организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать эффективную личную и командную работу на авиапредприятии; - четко выполнять предписанные процедуры, в том числе эвакуационные мероприятия, в случае возникновения чрезвычайной ситуации в работе авиапредприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными технологиями принятия управленческих решений, с использованием свободы и ответственности; - социально-психологическими приемами руководства и исполнения в пределах своих полномочий, гражданской и профессиональной позиции.

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Способностью использовать организационно-управленческие навыки в профессиональной и социальной деятельности (ОК-14)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и методы управленческой деятельности на авиапредприятии ; - сущность и типологию конфликтов в организации; - методы разрешения конфликтов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать социальные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе. - оценивать организационные конфликты и обосновывать мероприятия по их предотвращению и разрешению. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными методами управления коллективом авиапредприятия, социальной средой, личностью и ее профессиональными и социальными качествами; - диагностикой организационных конфликтов.
Готовность осуществлять проверки безопасного состояния объектов различного назначения, участвовать в экспертизах их безопасности, регламентированных действующим законодательством Российской Федерации (ПК-18)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание основных документов, регламентирующих безопасное функционирование элементов функциональной структуры СВТ. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - исследовать состояние основных элементов функциональной структуры СВТ: воздушных судов, авиакомпаний, аэропортов, сети воздушных трасс и систем ОВД. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализом особенностей управления элементами СВТ, в соответствии с действующим законодательством.

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:	42,5	42,5

Наименование	Всего часов	Семестр
лекции	14	14
практические занятия	28	28
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа студента	48	48
Промежуточная аттестация:	18	18
контактная работа	0,5	0,5
самостоятельная работа по подготовке к зачету с оценкой	17,5	17,5

5 Содержание дисциплины

5.1 Соотнесения тем дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции					Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-6	ОК-8	ОК-9	ОК-14	ПК-18		
Тема 1. Понятие об авиационном менеджменте	12		+			+	ВК, Л, ПЗ, СРС	УО, Дд
Тема 2. Комплексная модель авиатранспортного предприятия	12	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Дд
Тема 3. Система стратегического планирования авиакомпании	12	+	+	+	+		Л, ПЗ, СРС	УО, Дд
Тема 4. Основы управления организационной культурой авиапредприятия	2	+	+	+	+		Л, ПЗ, СРС	УО, Дд
Тема 5. Власть и личное влияние авиационного менеджера	12	+		+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Дд
Тема 6. Понятие об авиационном маркетинге	12	+	+	+		+	Л, ПЗ, СРС	УО, Дд
Тема 7. Составляющие маркетинг-микса (маркетингового комплекса)	18	+	+	+	+		Л, ПЗ, СРС	УО, Дд
Итого по дисциплине	90							

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции					Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-6	ОК-8	ОК-9	ОК-14	ПК-18		
Промежуточная аттестация	18							
Всего по дисциплине	108							

Сокращения: Л– лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, УО – устный опрос, Дд – доклад.

5.2 Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	Всего часов
Тема 1. Понятие об авиационном менеджменте	2	4	—	—	6	12
Тема 2. Комплексная модель авиатранспортного предприятия	2	4	—	—	6	12
Тема 3. Система стратегического планирования авиакомпании	2	4	—	—	6	12
Тема 4. Основы управления организационной культурой авиапредприятия	2	4	—	—	6	2
Тема 5. Власть и личное влияние авиационного менеджера	2	4	—	—	6	12
Тема 6. Понятие об авиационном маркетинге	2	4	—	—	6	12
Тема 7. Составляющие маркетинг-микса (маркетингового комплекса)	2	4	—	—	12	18
Итого по дисциплине	14	28	—	—	48	90
Промежуточная аттестация:						18
Всего по дисциплине						108

5.3 Содержание дисциплины

Тема 1 Понятие об авиационном менеджменте

Понятие авиационного менеджмента. Характеристика объекта и субъекта менеджмента. Отличие понятий "менеджер", "предприниматель", "бизнесмен". Особенности управления на авиатранспортном предприятии. История развития авиационного менеджмента как системы. Основные этапы развития менеджмента. Школы менеджмента. Изучение зарубежных моделей управления.

Тема 2 Комплексная модель авиатранспортного предприятия

Общие характеристики организации. Жизненный цикл организации. Модели Л.Грейнера и И.Адизеса. Понятие и сущность авиатранспортного предприятия. Блок-схема структурно - функциональной модели авиакомпании как большой организационно-технической системы.

Тема 3 Система стратегического планирования авиакомпании

Сущность, задачи и принципы стратегического планирования. Понятие и сущность стратегии организации. Схема организации процесса стратегического планирования авиакомпании. Типы генеральных стратегий авиакомпаний и методы их реализации.

Тема 4 Основы управления организационной культурой авиапредприятия

Понятие, сущность и цели организационной культуры. Типология организационной культуры, в зависимости от организационной структуры авиапредприятия. Признаки сильной и слабой организационной культуры. Формирование организационной культуры авиапредприятия.

Тема 5 Власть и личное влияние авиационного менеджера

Способы влияния на подчиненных; требования к авиационному менеджеру. Понятие и типология конфликтов: внутриличностные, межличностные, конфликты между личностью и группой, межгрупповые. Структура, уровни конфликта и формы поведения в конфликтной ситуации. Методы разрешения конфликтной ситуации.

Тема 6 Понятие об авиационном маркетинге

Основные определения и ключевые понятия маркетинга. Понятие макро- и микросреды. Характерные черты основных рыночных структур. Блок-схема структурной модели мирового рынка авиатранспортной продукции. Основные тенденции развития рынка авиатранспортной продукции. Прогнозирование рынка авиатранспортной продукции.

Тема 7 Составляющие маркетинг-микса (маркетингового комплекса)

Понятие макросреды. Понятие микросреды. Принципы маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Основные тенденции развития рынка авиатранспортной продукции. Прогнозирование рынка авиатранспортной продукции. Составляющие маркетинг-микса (маркетингового комплекса). Элемент маркетинга - Product. Элемент маркетинга - Price. Элемент маркетинга - Place. Элемент маркетинга - Promotion.

5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. Исследование основных элементов функциональной структуры СВТ: воздушных судов, авиакомпаний, аэропортов, сети воздушных трасс и систем ОВД.	2
1	Практическое занятие № 2. Анализ исторических предпосылок создания ИКАО.	2
2	Практическое занятие № 3. Анализ особенностей управления на авиатранспортном предприятии.	2
2	Практическое занятие № 4. Изучение блок-схемы структурно - функциональной модели авиакомпании как большой организационно-технической системы.	2
3	Практическое занятие № 5. Изучение схемы организации процесса стратегического планирования авиакомпании.	2
3	Практическое занятие № 6. Анализ типов генеральных стратегий авиакомпаний и методов их реализации.	2
4	Практическое занятие № 7. Анализ целей организационной культуры, типы культуры по модели К.Камерон и Р. Куинна.	2
4	Практическое занятие № 8. Изучение признаков сильной и слабой организационной культуры авиапредприятия	2
5	Практическое занятие № 9. Анализ процесса формирования команды, изучение симптомов группового мышления.	2
5	Практическое занятие № 10. Изучение «Концепции ограничений в деятельности руководителя».	2
6	Практическое занятие № 11. Исследование характерных черт рыночных структур.	2
6	Практическое занятие № 12. Анализ сегментов мирового рынка авиатранспортной продукции.	2
7	Практическое занятие № 13. Изучение инструментов маркетинговой деятельности.	2
7	Практическое занятие № 14. Изучение матрицы БКГ.	
Итого по дисциплине		28

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме «Понятие об авиационном менеджменте»: работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой [4, 10-20]. 2. Подготовка докладов[4, 10-20]. 3. Подготовка к устному опросу. 	6
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме «Комплексная модель авиатранспортного предприятия»: работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой [4, 10-20]. 2. Подготовка докладов[4, 10-20]. 3. Подготовка к устному опросу. 	6
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме: «Система стратегического планирования авиакомпании»: работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой [1,4, 10-20]. 2. Подготовка докладов [4, 10-20]. 3. Подготовка к устному опросу. 	6
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме: «Основы управления организационной культурой авиапредприятия»: работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой [1,2,3,6,7,8,9,10-20]. 2. Подготовка докладов [4, 10-20]. 3. Подготовка к устному опросу. 	6
5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме: «Власть и личное влияние авиационного менеджера»: работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой [1,2,3,7,9, 10-20]. 2. Подготовка докладов [4, 10-20]. 3. Подготовка к устному опросу. 	6
6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме: «Понятие об авиационном маркетинге»: работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой [1,4,5,10-20]. 2. Подготовка докладов [4, 10-20]. 3. Подготовка к устному опросу. 	6

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
7	1. Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме: «Составляющие маркетинг-микса (маркетингового комплекса)»: работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой [1, 5, 10-20]. 2. Подготовка докладов [4, 10-20]. 3. Подготовка к устному опросу.	12
	Итого по дисциплине	48

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1 Одинцов, А. А. **Основы менеджмента**: учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 210 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04814-8. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/66F6B5AD-1104-4E97-946E-C5F5A021280D/osnovy-menedzhmenta>, — свободный (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. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/ACA1DFD7-E85F-4809-851F-207EBF9271F9/osnovy-menedzhmenta>, — свободный (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. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/9EE8466E-80B1-4460-92D2-EFD19DF22F7A/osnovy-menedzhmenta-prakticheskiy-kurs> — свободный (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. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/564032>— свободный (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. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/E8D97E46-5BFB-49EB-A9C4-E25B0D1B7CE7/teoriya-menedzhmenta-sinergeticheskij-menedzhment> — свободный (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. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C8FCC20C-35BF-437D-8D03-B2E4AAA5DE2A/osnovy-teorii-upravleniya> — свободный (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. [Электронный ресурс]. 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> — свободный (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. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B/innovacionnyy-marketing> — свободный (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: 29.03.2018).

11 **Журнал «ARS ADMINISTRANDI» («Искусство управления»)** [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://ars-administrandi.com/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

12 **Международный журнал «Проблемы теории и практики управления»** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.uptp.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

13 **Энциклопедия экономиста** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

14 **Aviation Explorer** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.Aviationexplorer.ru>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

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

16 **Федеральная служба государственной статистики** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.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: 29.01.2018).

18 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.03.2018).

19 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

20 **Электронно-библиотечная система издательства «Лань»** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	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
1	Основы авиационного менеджмента и маркетинга	Компьютерный класс аудитория №456 Компьютерный класс аудитория №458 Лекционная	Компьютер в комплекте (системный блок +ЖК монитор LG 19 W1952TE) – 13 шт. Информационный киоск Компьютер в комплекте RAMEC STORM Custom W-	Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 Acrobat Professional 9 Windows International Kaspersky Anti-Virus Suite для WKS и FS Konsi- SWOT ANALYSIS

№ п/п	Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятель- ной работы	Оснащенность специальных по- мещений и поме- щений для само- стоятельной ра- боты	Перечень лицен- зионного про- граммного обес- печения Реквизи- ты подтверждаю- щего документа
		аудитория №481	13 шт. Мультимедийный проектор Acer X1261 P Принтер HL2140R Brother Экран Ноутбук Benq Joybook R42 15,4 Мультимедий- ный проектор Mitsubisi XD490U Экран	Konsi - FOREX- SAL

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия 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», «Менеджмент», «Надзор и контроль в сфере безопасности», «Управление проектами», «Моделирование транспортных процессов», «Экспертиза условий труда», 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 изучении дисциплины, дается установка на последующую самостоятельную работу.

По дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» планируется проведение как информационных, так и проблемных лекций. 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 преподава-

тель 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.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной 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.

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 подразумевает выполнение студентом поиска, анализа информации, проработку на этой основе учебного материала, подготовку к устному опросу, а также подготовку докладов и подготовку к письменной аудиторной работе и к тесту.

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

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 зачета с оценкой.

Фонд оценочных средств дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» для текущего контроля включает: устные опросы, доклады.

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.

Доклад – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической или учебно-исследовательской темы. Доклады студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MS Office PowerPoint.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде зачета с оценкой в 7 семестре. Этот вид промежуточной аттестации позволяет оценить уровень освоения студентом компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет с оценкой предполагает устные ответы на 2 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на промежуточную аттестацию, а также решение ситуационной задачи.

9.1. Балльно-рейтинговая система (БРС) оценки текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа. Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой (7 семестр).

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		
Контактные виды занятий				
Лекция 1	1,5	2,5	1	
Практическое занятие 1	2,5	3,5	2	
Практическое занятие 2	2,5	3,5	3	
Лекция 2	1,5	2,5	4	
Практическое занятие 3	2,5	3,5	5	
Практическое занятие 4	2,5	3,5	6	
Лекция 3	1,5	2,5	7	
Практическое занятие 5	2,5	3,5	8	

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 6	2,5	3,5	9	
Лекция 4	1,5	2,5	10	
Практическое занятие 7	2,5	3,5	11	
Практическое занятие 8	2,5	3,5	12	
Лекция 5	1,5	2,5	13	
Практическое занятие 9	2,5	3,5	14	
Практическое занятие 10	2,5	3,5	15	
Лекция 6	1,5	2,5	16	
Практическое занятие 11	2,5	3,5	16	
Практическое занятие 12	2,5	3,5	16	
Лекция 7	1,5	2,5	17	
Практическое занятие 13	2,25	3,5	17	
Практическое занятие 14	2,25	3,5	17	
Самостоятельная работа студента				
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет с оценкой	15	30		
Итого по дисциплине	60	100		
Перевод баллов БРС в оценку по «академической» шкале				
Количество баллов по БРС		Оценка (по «академической» шкале)		
90 и более		5 – «отлично»		
75÷89		4 – «хорошо»		
60÷74		3 – «удовлетворительно»		
менее 60		2 – «не удовлетворительно»		

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

Посещение лекционного занятия обучающимся лекционного занятия оценивается в 1,5 балла. Ведение лекционного конспекта – 0,5 балла. Активное участие в обсуждении дискуссионных вопросов в ходе лекции – до 0,5 балла.

Посещение практического занятия с ведением конспекта оценивается в 2,5 балла. Доклад – до 0,5 балла. Участие в обсуждении доклада – до 0,5 балла.

9.3 Темы курсовых работ по дисциплине

В учебном плане курсовых работ не предусмотрено.

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

«Экономика»:

- 1 Основы теории производства: экономическая природа фирмы.
- 2 Фирма как объект микроэкономического анализа.
- 3 Цели и функции фирмы.

«Менеджмент»:

- 1 Что такое менеджмент? Что такое субъекты и объекты менеджмента?
- 2 Какие виды менеджмента Вы знаете? Охарактеризуйте каждый из них.
- 3 Перечислите и охарактеризуйте принципы и методы менеджмента.
- 4 Перечислите и охарактеризуйте основные и связующие функции менеджмента.

«Надзор и контроль в сфере безопасности»:

- 1 Функциональные обязанности руководителей и специалистов предприятия в области контроля в сфере безопасности.

«Управление проектами»:

- 1 Фазы жизненного цикла проекта.
- 2 Организационные структуры управления проектами.

«Моделирование транспортных процессов»:

- 1 Понятие модели. Классификация моделирования систем.
- 2 Принципы формирования моделей транспортных систем.

«Экспертиза условий труда»:

- 1 Понятие рабочего места.
- 3 Для каких целей используются результаты специальной оценки условий труда?
- 4 Применение результатов проведения специальной оценки условий труда.
- 5 Права и обязанности работника в связи с проведением специальной оценки условий труда.

«Коммуникационный менеджмент»:

- 1 Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями в организации.
- 2 Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.
- 3 Пути разрешения конфликтов в рабочих коллективах.

«Риторика и основы ораторского искусства»:

- 1 Понятие о деловой коммуникации.
- 2 Понятие управления и манипуляции.
- 3 Методы и техники воздействия на аудиторию.
- 4 Актуальные проблемы речевой коммуникации в современном мире.

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

Критерии	Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций
<i>Способность организовать свою работу ради достижения поставленных целей и готовность к использованию инновационных идей (ОК-6)</i>		
<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -принципы организации работы авиапредприятия для достижения поставленных целей; -типы инновационных стратегий и содержание инновационных разработок в профессиональной области; -цели и задачи авиапредприятия в сфере маркетинга инновационной деятельности. 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -перечисляет и раскрывает суть основных принципов организации работы авиапредприятия для достижения поставленных целей; -определяет типы инновационных стратегий и основные этапы инновационного процесса; -описывает инновационные разработки в профессиональной области; -характеризует процесс восприятия нового продукта (услуги).
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -ранжирует принципы организации работы авиапредприятия для достижения поставленных целей; -объясняет суть инновационных стратегий и основных этапов инновационного процесса; -знает особенности инновационных разработок в профессиональной области; -расширяет диапазон процесса восприятия нового продукта (услуги); -предлагает применить для возможной организационной проблемы конкретные инновационные разработки в профессиональной области и инструменты их маркетинга.

<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -правильно сформулировать цели и задачи в управленческой деятельности, в том числе, в сфере маркетинга инноваций; -проводить оценку эффективности инновационных технологий в профессиональной сфере. 	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> -перечисляет цели и задачи в управленческой деятельности, в том числе, в сфере маркетинга инноваций; -дает определение целям и задачам деятельности организации, в том числе, в сфере маркетинга инноваций
	<p>2 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> -дает системную оценку организационной проблеме; - формулирует цели, стоящие перед менеджером для ее решения: -оценивает варианты управленческого решения, с применением инновационных технологий, с точки зрения эффективности менеджмента и маркетинга.
<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками планирования и организации работы авиа-предприятия; -навыками построения «дерева целей». 	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> -моделирует "дерево целей"; -применяет расчетно-аналитический и графический методы планирования управленческой и маркетинговой деятельности.

	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -определяет для каждого мероприятия "дерева целей" затраты и ожидаемый эффект; -оценивает позицию предприятия на конкурентном рынке, используя данные расчетно-аналитического и графического методов планирования; -делает выводы относительно особенностей внутренней и внешней среды авиапредприятия, влияющих на его развитие; -предлагает использование конкретных инновационных идей для достижения организационных целей.
<i>Способность работать самостоятельно (ОК-8)</i>		
<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основы организации управленческого труда на авиапредприятии; -основные этапы принятия управленческого решения авиационным менеджером. -этапы стратегического и оперативного планирования в маркетинге 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -перечисляет и характеризует основы организации управленческого труда на авиапредприятии; -определяет сущность основных этапов принятия управленческого решения авиационным менеджером; -определяет сущность основных этапов стратегического и оперативного планирования в маркетинге.

	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -характеризует специфику управленческого труда на авиапредприятии; -знает особенности каждого этапа принятия управленческого решения авиационным менеджером; -оценивает социальную значимость организационно-управленческого решения; -характеризует диапазон содержания планов маркетинга; -предлагает применить для конкретной организационной проблемы возможные подходы к ее решению.
<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -организовывать самостоятельную управленческую деятельность на авиапредприятии; -проводить оценку эффективности менеджмента и маркетинга авиапредприятия. 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -перечисляет объекты управления на авиапредприятии; -дает определение показателям, характеризующим эффективность менеджмента и маркетинга авиапредприятия.
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> - дает системную оценку организационной проблеме; - формулирует цели, стоящие перед авиационным менеджером (маркетологом) для ее решения; - оценивает варианты управленческого решения с точки зрения эффективности менеджмента и маркетинга.
<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками выполнения PEST-анализа и SWOT-анализа авиапредприятия; -алгоритмом составления маркетинговой программы авиапредприятия. 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -строит матрицу PEST-анализа; -строит матрицу SWOT-анализа; -выводит алгоритм составления маркетинговой программы.

	2 этап формирования	<p>-делает выводы, относительно особенностей внешней среды предприятия, влияющих на его развитие;</p> <p>-предлагает стратегию развития предприятия на основе SWOT-анализа;</p> <p>-предлагает маркетинговую стратегию, представляющую собой направление действий руководства авиапредприятия в конкретных условиях развивающегося рынка.</p>
<i>Способность принимать решения в пределах своих полномочий (ОК-9)</i>		
<p>Знает:</p> <p>-перечень своих полномочий в условиях нормальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций;</p> <p>-сущность власти и лидерства в организации.</p>	1 этап формирования	<p>-знает перечень своих полномочий в условиях нормальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций;</p> <p>-знает отличие власти от лидерства в организациях;</p> <p>-перечисляет основные стили руководства.</p>
	2 этап формирования	<p>-знает рамки своих полномочий в условиях нормальной работы авиапредприятия и в условиях нестандартных (сбойных) ситуаций;</p> <p>-характеризует и дает оценку лидерским качествам авиационного менеджера.</p>

<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -организовать эффективную личную и командную работу на авиапредприятии; -четко выполнять предписанные процедуры, в том числе эвакуационные мероприятия, в случае возникновения чрезвычайной ситуации в работе авиапредприятия. 	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> -определяет стиль руководства и тип организационной культуры, в зависимости от конкретной ситуации; -характеризует влияние факторов групповой динамики; -инсценирует предписанные процедуры, в том числе эвакуационные мероприятия, в случае возникновения чрезвычайной ситуации в работе авиапредприятия.
	<p>2 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> -оценивает эффективность существующего стиля руководства; -оценивает эффективность организационной культуры в конкретной ситуации; -оценивать влияние факторов групповой динамики на управление группой.
<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -анкетным опросом как методом диагностики мотивации и групповой динамики; -навыками групповой работы; -инструментом диагностики организационной культуры (OCAI). 	<p>1 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> -владеет навыками групповой работы; -владеет навыками анкетного опроса в рамках диагностики мотивации и групповой динамики.
	<p>2 этап формирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> -владеет навыками диагностики мотивации и групповой динамики; -владеет в качестве инструмента диагностики организационной культурой методом OCAI.

Способность использовать организационно-управленческие навыки в профессиональной и социальной деятельности (ОК-14)

<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и методы управленческой деятельности на авиапредприятии; - сущность и типологию конфликтов в организациях ВТ; - методы разрешения конфликтов. 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -определяет суть основных принципов и методов управленческой деятельности на авиапредприятии; - перечисляет и характеризует типы конфликтов и их причины.
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -перечисляет и характеризует сущность методов решения конфликтов; - знает их преимущества и недостатки.
<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -учитывать социальные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе. - оценивать организационные конфликты и обосновывать мероприятий по их предотвращению и разрешению. 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -определяет социальные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе; -анализирует причины возникшего конфликта в организации.
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -оценивает ресурсы, затраченные на организацию коммуникационных процессов; -предлагает мероприятия по предотвращению конфликтных ситуаций в организации.
<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -современными методами управления коллективом авиапредприятия, социальной средой, личностью и ее профессиональными и социальными качествами; -диагностикой организационных конфликтов. 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -владеет навыками управления коллективом авиапредприятия, с учетом культурных особенностей представителей различных социальных общностей; -проводит анкетный опрос с целью диагностики группового конфликта.

	2 этап формирования	- обрабатывает результаты проведенного анкетного опроса в группе.
<i>Готовность осуществлять проверки безопасного состояния объектов различного назначения, участвовать в экспертизах их безопасности, регламентированных действующим законодательством Российской Федерации (ПК-18)</i>		
Знает: -содержание основных документов, регламентирующих безопасное функционирование элементов функциональной структуры СВТ.	1 этап формирования	-перечисляет основные документы, регламентирующие безопасное функционирование элементов функциональной структуры СВТ.
	2 этап формирования	-объясняет суть основных документов, регламентирующих безопасное функционирование элементов функциональной структуры СВТ.
Умеет: -исследовать состояние основных элементов функциональной структуры СВТ	1 этап формирования	-демонстрирует алгоритм исследования состояния основных элементов функциональной структуры СВТ
	2 этап формирования	-оценивает состояние основных элементов функциональной структуры СВТ
Владеет: -анализом особенностей управления элементами СВТ, в соответствии с действующим законодательством.	1 этап формирования	-описывает особенности управления элементами СВТ, в соответствии с действующим законодательством.
	2 этап формирования	-оценивает особенности управления элементами СВТ, в соответствии с действующим законодательством.

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

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

2. При наборе менее 15 баллов – зачет с оценкой не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Зачетная 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 задачи оценивается следующим образом:

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

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

– *9 баллов*: задание выполнено на 86-90 %, решение и ответ аккуратно оформлены, 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 на 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

Примерный перечень контрольных вопросов для проведения 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 авиакомпаний
- 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 "4P"
- 38 В чем заключается особенность концепция маркетинга в сфере услуг?
- 39 Назовите инструменты маркетинговой деятельности авиапредприятия
- 40 Типы конфликтов. Методы разрешения конфликтной ситуации

Примерный перечень тем докладов

- 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

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой

- 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 задачи для промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой

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													
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 зачету с оценкой для проведения промежуточного контроля по дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» могут использоваться следующие ситуационные задачи:

2.1. «Влияние организационной культуры на деятельность авиапредприятия»

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 чьем 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)	Поручение выполнения задачи, требующей

Элементы ответа	Содержание ответа
решения проблемы	участия обеих конфликтующих сторон для примирения руководителей; определение объективности 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 организа-</p>

Элементы ответа	Содержание ответа
	ции
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

Задание:

В маркетинговом отделе авиакомпании "Небо" возникла конфликтная ситуация, причина - неравномерное распределении "выгодных" деловых задач между двумя ведущими маркетологами.

"Неудовлетворенная сторона" предъявляет требования к руководителю отдела. По его мнению, "успешной стороне" дают сложные и интересные задачи, решение которых способствует творческому, профессиональному и карьерному росту. В связи с этим, агрессия менее успешной стороны направлена на "конкурента", как непосредственного виновника. Маркетинговый отдел разделился на два "лагеря", что заметно повлияло на эффективность выполнения возложенных на него задач и грозит срывом подписания нескольких важных для авиакомпании контрактов.

Опишите Ваши действия, как руководителя маркетингового отдела авиакомпании, по разрешению конфликтной ситуации и сформулируйте предложения по ее предотвращению в будущем.

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. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования 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 дисциплин «Экономика», «Менеджмент», «Надзор и контроль в сфере безопасности», «Управление проектами», «Моделирование

транспортных процессов», «Экспертиза условий труда», на которых 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.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга», ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;

- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;

- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;

- определение перспективных направлений дальнейшего развития научно-го знания в области авиационного менеджмента и маркетинга.

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 рубрификацию 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, сомнительными. 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 зачета с оценкой.

Практические занятия по дисциплине «Основы авиационного менеджмента и маркетинга» проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. 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. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;
- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. 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. Обучающимся 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):

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

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» (дисциплина изучается в течение 7-го семестра). 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.

Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к сдаче зачета с оценкой по дисциплине, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Зачет с оценкой (промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины «Основы авиационного менеджмента и маркетинга») позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Зачет с оценкой предполагает ответы на 2 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на промежуточную аттестацию (п.9.6), а также решение ситуационной задачи (п. 9.6).

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 20.03.01 «Техносферная безопасность».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 20 «Менеджмента»
«~~25.01~~ 2018 года, протокол № *У* .

Разработчик:

к.э.н., доцент



Красненкова О.А.

фамилия и инициалы разработчиков, ученая степень, ученое звание

Заведующий кафедрой № 20 «Менеджмент»

д.т.н., доцент



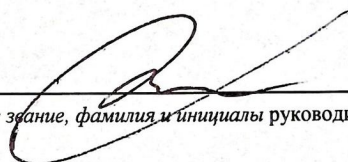
Маслаков В.П.

ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

д.т.н., профессор



Балясников В.В.

ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП

Программа одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «~~14.02~~ 2018 года, протокол № *5* .