

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор
по учебной работе

Н.Н. Сухих

2019 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
2019

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-sinergeticheskiy-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. Aviation explorer.ru](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 авиапредприятия; -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. 	1 этап формирования	<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.
	2 этап формирования	<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 (ОСАІ). 	1 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -владеет навыками групповой работы; -владеет навыками анкетного опроса в рамках диагностики мотивации и групповой динамики.
	2 этап формирования	<ul style="list-style-type: none"> -владеет навыками диагностики мотивации и групповой динамики; -владеет в качестве инструмента диагностики организационной культурой методом ОСАІ.

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 авиакомпания
- 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	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 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 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)	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 распределение "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 рубрикации 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).

45

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»

«29» 01 2019 года, протокол № 6.

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 «16» 04 2019 года, протокол № 6.