

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.17.01 МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины сформировать у студентов комплекс знаний в области управления профессиональной деятельностью по рекламе и связям с общественностью, а также соответствующими организационными формами, от самостоятельного предприятия до департамента или отдела в структуре организации. Рабочая программа дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» включает изучение следующих вопросов: теория и практики менеджмента; история менеджмента; современные требования к менеджеру; обеспечение устойчивого развития организации; стратегическое планирование и реализация управленческих решений; мотивация персонала; управление конфликтами в организации; виды, специфика и деятельность коммуникационного агентства; вопросы управления типовым рекламным агентством; Управление процессами разработки и реализации коммуникационных проектов.

Задачи дисциплины

Главной задачей дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является ознакомление студентов с современной концепцией менеджмента, которая наиболее эффективна для практики хозяйственной деятельности в России. В условиях новых подходов к научной организации управления на российских предприятиях следует отказаться от сугубо административных методов и обратиться к системным методам многофакторного анализа управленческих ситуаций. Для этого требуется подготовить специалистов, обладающих знаниями естественных и гуманитарных наук, и, в первую очередь, знаниями в теории менеджмента, а также способными работать коллективно (в сплоченной команде).

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим | Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. | Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития. |
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории. |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № разде ла | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------|----|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеауди торная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Управленческая мысль и практика в ранних цивилизациях Востока | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 2. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Становление школы научного менеджмента | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 3. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: американский, японский | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 4. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: европейский, российский | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 5. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Административные теории | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 6. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Менеджмент и социальные науки | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 7. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Школа человеческих отношений | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 8. | <i>Раздел 1.История менеджмента</i> Развитие научного менеджмента в России | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 9. | Итоговое занятие по 1-му разделу | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 10. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Предмет курса | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 11. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Свойства организации как объекта управления | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 12. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 4 | 1 | 2 | | 1 |
| 13. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 4 | 1 | 2 | | 1 |
| 14. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Основные функции менеджмента Методологические основы оценки менеджмента | 3 | 1 | 1 | | 1 |
| 15. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Итоговое занятие | 2 | | 1 | | 1 |
| 16. | <i>Итого по дисциплине:</i> | 56 | 14 | 28 | – | 26 |
| 17. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |

| | | | | | | |
|-----|----------------------------------|------|--|--|--|--|
| 18. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 19. | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| 20. | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Управленческая мысль и практика в ранних цивилизациях Востока | 8 | 1 | 1 | | 6 |
| 2. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Становление школы научного менеджмента | 7 | | 1 | | 6 |
| 3. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: американский, японский | 7 | | 1 | | 6 |
| 4. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: европейский, российский | 6 | | | | 6 |
| 5. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Административные теории | 7 | | 1 | | 6 |
| 6. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Менеджмент и социальные науки | 8 | 1 | 1 | | 6 |
| 7. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Школа человеческих отношений | 6 | | | | 6 |
| 8. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Развитие научного менеджмента в России | 8 | 1 | 1 | | 6 |
| 9. | Итоговое занятие по 1-му разделу | 6 | | | | 6 |
| 10. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Предмет курса | 7 | 1 | | | 6 |
| 11. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Свойства организации как объекта управления | 6 | | | | 6 |
| 12. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 6 | | | | 6 |
| 13. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 6 | | | | 6 |
| 14. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Основные функции менеджмента Методологические основы оценки менеджмента | 6 | | | | 6 |
| 15. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Итоговое занятие | 5 | | | | 5 |
| 16. | <i>Итого по дисциплине:</i> | 99 | 4 | 6 | – | 89 |
| 17. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| 18. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |

| | | | | | | |
|-----|----------------------------------|-----|--|--|--|--|
| 19. | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| 20. | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Ф.Н. Шакула, ст. преподаватель