

**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 тная 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	СРС
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