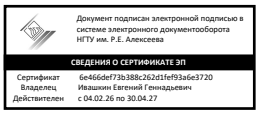
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Институт экономики и управления (ИНЭУ)
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института:
_____ С.Н. Митяков
подпись
“_20__”____06____2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.6.10 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Продвижение средств массовой информации

Форма обучения: очная, заочная
Год начала подготовки 2023

Выпускающая кафедра СОМиК

Кафедра-разработчик СОМиК

Объем дисциплины 144/4
часов/з.е
Промежуточная аттестация экзамен

Разработчик: Скобелева Е.И., к.соц.н., доцент

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2023

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08 июня 2017 года № 512 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 20.06.2023 № 22

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика протокол от 16.06.2023 № 6

Зав. кафедрой к.э.н, доцент _____Е.А. Зайцева
(подпись)

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от 20.06.2023 № 5.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.03.01 – П – 31
Начальник МО _____

Заведующая отделом комплектования НТБ _____ Н.И. Кабанина
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

_1. Цели и задачи освоения дисциплины 4

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 4

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) 4

4. Структура и содержание дисциплины....12

5. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины. 19

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины 28

7. Информационное обеспечение дисциплины 27

8. Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с овз....28

9. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине 30

10. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины....31

11. Оценочные средства для контроля освоения дисциплины....32

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является изучение знаний по историческим, теоретическим и методологическим основам современного менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

— природу и сущность менеджмента, основные тенденции его развития; основные школы менеджмента и их вклад в развитие управленческой мысли;

— понятия, виды и признаки организации, закономерности ее функционирования; методы построения организационных моделей; основные функции и особенности организации управленческой деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

— технологии управления конфликтами и построения эффективных коммуникаций; методы оценки эффективности системы управления в сфере рекламы и связей с общественностью и факторы эффективности менеджмента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» включена в обязательный перечень дисциплин обязательной части образовательной программы вне зависимости от ее направленности (профиля). Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: маркетинг, введение в коммуникационные специальности, теория и практика связей с общественностью, теория и практика рекламы, интегрированные коммуникации, социология рекламы и связей с общественностью, психология рекламы и связей с общественностью, организация и проведение коммуникационных кампаний, выставочная работа, политология, экономика, международные отношения, теория и практика массовой информации, правовое регулирование связей с общественностью и рекламы, основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации, социология религии, социология, гражданское общество и социальное государство, а также на проведении профессионально-ознакомительной практики.

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: основы бренд- менеджмента, антикризисные связи с общественностью, основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, современная пресс-служба, этическое регулирование связей с общественностью и рекламы, а также при выполнении выпускной квалификационной работы.

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)[1]

Таблица 1 – Формирование компетенций по дисциплинам
(очная форма обучения)

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*
Код компетенции								

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*
ОПК-4								
Маркетинг		*						
Введение в коммуникационные специальности	*							
Теория и практика связей с общественностью			*	*				
Теория и практика рекламы				*	*			
Интегрированные коммуникации						*		
Организация и проведение коммуникационных кампаний						*		
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью							*	
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью							*	
Социология рекламы и связей с общественностью				*				
Психология рекламы и связей с общественностью					*			
Основы корпоративной культуры					*			
Выставочная работа						*		
Антикризисные связи с общественностью							*	
Основы бренд-менеджмента							*	
Профессионально-ознакомительная практика		*		*				
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*
Код компетенции ОПК -5								
Политология				*				
Экономика		*						
Международные отношения					*			
Введение к коммуникационные специальности	*							
Теория и практика массовой информации		*	*					
Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации			*					
Правовое регулирова-				*				

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*
ние связей с общественностью и рекламы								
Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы							*	
Организация и проведение коммуникационных кампаний						*		
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью							*	
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью							*	
История рекламы и связей с общественностью		*						
Антикризисные связи с общественностью							*	
Современная пресс-служба							*	
Профессионально-ознакомительная практика		*		*				
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*
Код компетенции ОПК-2								
Социология религии			*					
Социология				*				
Политология				*				
Гражданское общество и социальное государство	*							
Интегрированные коммуникации						*		
Профессионально-ознакомительная практика		*		*				
Организация и проведение коммуникационных кампаний						*		
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью							*	
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью							*	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*

Таблица 1 – Формирование компетенций по дисциплинам
(заочная форма обучения)

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Курсы, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»				
	1	*2*	*3*	*4*	*5*
Код компетенции ОПК-4					
Маркетинг		*			
Введение в коммуникационные специальности	*				
Теория и практика связей с общественностью		*	*		
Теория и практика рекламы			*	*	
Интегрированные коммуникации				*	
Организация и проведение коммуникационных кампаний				*	
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью					*
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью					*
Социология рекламы и связей с общественностью			*		
Психология рекламы и связей с общественностью			*		
Основы корпоративной культуры			*		
Выставочная работа				*	
Антикризисные связи с общественностью				*	
Основы бренд-менеджмента					*
Профессионально-ознакомительная практика		*	*		
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					*
Код компетенции ОПК -5					
Политология		*			
Экономика	*				
Международные отношения		*			
Введение к коммуникационные специальности	*				
Теория и практика массовой информации		*			
Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации		*			
Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы			*		
Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы				*	
Организация и проведение коммуникационных кампаний				*	
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью					*
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью					*
История рекламы и связей с общественностью	*				
Антикризисные связи с общественностью				*	
Современная пресс-служба					*
Профессионально-ознакомительная практика		*	*		
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					*
Код компетенции ОПК-2					
Социология религии		*			

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Курсы, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»				
	1	*2*	*3*	*4*	*5*
Социология		*			
Политология		*			
Гражданское общество и социальное государство	*				
Интегрированные коммуникации				*	
Профессионально-ознакомительная практика		*	*		
Организация и проведение коммуникационных кампаний				*	
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью					*
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью					*
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					*

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

Таблица 2 – Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**			**Оценочные средства**	
					Текущего контроля	**Промежуточной аттестации**
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ИОПК-4.1.** Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	**Знать:** - основные характеристики «массовой аудитории» и принципы организации процесса массовой коммуникации	**Уметь:** - определять основные характеристики «массовой аудитории» и принципы организации процесса массовой коммуникации	**Владеть:** - навыками определения основных характеристик «массовой аудитории» и принципов организации процесса массовой коммуникации	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)
	ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.	**Знать:** - основные принципы и методы организации и проведения исследований в сфере PR - менеджмента	**Уметь:** - применять основные принципы и методы организации и проведения исследований в сфере PR - менеджмента	**Владеть:** - технологией реализации основных принципов и методов организации и проведения исследований в сфере PR-менеджмента	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования 4051 вопросов)
	ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.	**Знать:** - основы организации, координации и оценки эффективности процесса коммуникации с целевой аудиторией	**Уметь:** - использовать в практической деятельности знания основ организации, координации и оценки эффективности процесса коммуникации с целевой аудиторией	**Владеть:** - навыками организации, координации и оценки эффективности процесса коммуникации с целевой аудиторией	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)
	ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятель-	**Знать:** - принципы организации процесса мас-	**Уметь:** определять принципы организации процесса массо-	**Владеть:** технологией организации процесса массовой коммуникации	Опрос по темам, ситуацион-	Вопросы для устного собеседования (40

	ность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.	совой коммуникации	вой коммуникации		ные задачи по темам курса, тесты	вопросов)
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ИОПК-5.1.** Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	**Знать:** - основы анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования	**Уметь:** - применять принципы и методы анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования	**Владеть:** - навыками использования основ анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)
	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	**Знать:** - нормы права и этики в сфере медиакоммуникаций	**Уметь:** - применять нормы права и этики в сфере медиакоммуникаций	**Владеть:** навыками применения норм права и этики в сфере медиакоммуникаций	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)
	ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	**Знать:** - нормы права и этики в сфере организации и управления медиакоммуникациями как направления развития PR - менеджмента	**Уметь:** - применять нормы права и этики в сфере организации и управления медиакоммуникациями как направления развития PR - менеджмента	**Владеть:** навыками применения норм права и этики в сфере организации и управления медиакоммуникациями как направления развития PR-менеджмента	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)

	ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта	**Знать:** - основы процесса создания медиапродукта и его реализации через различные коммуникационные каналы	**Уметь:** - применять в практической деятельности основы процесса создания медиапродукта и его реализации через различные коммуникационные каналы	**Владеть:** технологией процесса создания медиапродукта и его реализации через различные коммуникационные каналы	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ИОПК-2.1.** Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.	**Знать:** - возможности использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач	**Уметь:** - применять знания теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач	**Владеть:** - навыками использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)
	ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы	**Знать:** - основы системного подхода к анализу социальных процессов и определению перспектив их развития	**Уметь:** - использовать знания основ системного подхода к анализу социальных процессов и определению перспектив их развития	**Владеть:** - технологией применения основ системного подхода к анализу социальных процессов и определению перспектив их развития	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)
	ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиаканалов и СМИ, способствует развитию диалога.	**Знать:** технологию определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ	**Уметь:** применять технологию определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ	**Владеть:** технологией определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)

	ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы.	**Знать:** основные принципы анализа состояния социальных процессов на основе проведенных социологических исследований	**Уметь:** использовать основные принципы анализа состояния социальных процессов на основе проведенных социологических исследований	**Владеть:** навыками применения основных принципов анализа для оценки состояния социальных процессов на основе проведенных социологических исследований	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования (40 вопросов)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 144 часов, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	**Трудоёмкость в час**	
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**
		7 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	**144/4**	**144/4**
1. Контактная работа:	**57**	**57**
1.1.Аудиторная работа, в том числе:	**51**	**51**
занятия лекционного типа (Л)	17	17
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	34	34
лабораторные работы (ЛР)		
1.2.**Внеаудиторная, в том числе**		
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	**51**	**51**
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	51	51
Подготовка к экзамену (контроль)	36	36

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**
		5 курс
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	**144/4**	**144/4**
1. Контактная работа:	**22**	**22**
1.3.Аудиторная работа, в том числе:	**16**	**16**
занятия лекционного типа (Л)	8	8
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
1.4.**Внеаудиторная, в том числе**	**6**	**6**
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	**113**	**113**
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	113	113
Подготовка к экзамену (контроль)	**9**	**9**

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
7 семестр									
ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5	**Раздел 1. Научные основы менеджмента**								
	Тема 1.1. История развития и современное состояние менеджмента	2		4	6	Подготовка к лекциям	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 1.2. Теоретические основы менеджмента.	4		8	11	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 1.3. Организационные структуры и организационно-правовые формы управления предприятиями	2		4	4	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Итого по 1 разделу	**8**		**16**	**21**				
ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5	**Раздел 2. Организационные аспекты деятельности отделов рекламы и связей с общественностью**								
	Тема 2.1. Структура и функции отдела рекламы и PR в организации	2		4	8	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 2.2. Структурные подразделения отдела рекламы и PR и их функции	4		6	10	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной ра-	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса,		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
						боте	тесты		
	Тема 2.3. Работа отделов рекламы и связей с общественностью в кризисной ситуации	2		4	8	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 2.4. Аутсорсинг в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	1		4	4	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Итого по 2 разделу	**9**		**18**	**30**				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	**17**		**34**	**51**				
	ИТОГО по дисциплине	**17**		**34**	**51**				

Таблица 4.2 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов заочного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
5 курс									
ОПК-2	**Раздел 1. Научные основы менеджмента**								

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ОПК-4 ОПК-5	**Тема 1.1.** История развития и современное состояние менеджмента				20	Подготовка к лекциям	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 1.2. Теоретические основы менеджмента.	2		2	20	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 1.3. Организационные структуры и организационно-правовые формы управления предприятиями	1		1	10	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Итого по 1 разделу	**3**		**3**	**50**				
ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5	**Раздел 2. Организационные аспекты деятельности отделов рекламы и связей с общественностью**								
	Тема 2.1. Структура и функции отдела рекламы и PR в организации	1		1	15	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 2.2. Структурные подразделения отдела рекламы и PR и их функции	3		3	20	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Тема 2.3. Работа отделов рекламы и связей с общественностью в	1		1	20	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	кризисной ситуации								
	Тема 2.4. Аутсорсинг в деятельности отделов рекламы и связей с общественностью				8	Подготовка к лекциям, практическим занятиям и самостоятельной работе	Опрос по темам, индивидуальные и групповые задания по темам курса, тесты		
	Итого по 2 разделу	**5**		**5**	**63**				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	**8**		**8**	**113**				
	ИТОГО по дисциплине	**8**		**8**	**113**				

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1.1. Автором традиционной модели бюрократии, считающим, что в бюрократической организации достижение цели заменено усилиями по поддержанию функционирования этой организации, является

1) П. Блау,
2) М.Вебер,
3) К.Маркс,
4) Т.Парсонс.

1.2. Тип руководства, поощряющий самостоятельность подчиненных в выборе методов осуществления деятельности и основанный на советах руководителя подчиненным по личной просьбе:

1) автократический,
2) демократический,
3) либеральный.

1.3. Что такое научная организация труда?

1) принцип повышения эффективности труда;
2) приемы формирования социально – психологического климата в коллективе;
3) научная организация физического труда;
4) анализ и разработка научных методов мотивации персонала.

1.4. Чем отличалась система зарплаты, предложенная Ф.Тейлором, от других?

1) работники заранее могли знать и рассчитать свою зарплату;
2) при повышении производительности труда работника работодатель всегда получал больше;
3) создавались условия для введения новых форм расчета зарплаты;
4) предоставляла возможность для извлечения большей прибыли.

1.5. Согласно «двухфакторной теории» Ф.Герцберга к мотиваторам, влияющим на уровень удовлетворения от трудовой деятельности, относятся:

1) условия труда;
2) карьерный рост;
3) повышение уровня ответственности;
4) уровень безопасности на рабочем месте.

1.6. Автор теории рациональной бюрократии:

1) К.Маркс;
2) М.Вебер;
3) А.Файоль;
4) Л.Козер.

1.7. Принципы научной организации труда сформулировал:

1) А.Файоль;
2) Ф.Тейлор;
3) Ф.Герцберг;
4) Э.Мэйо.

1.8. Основные функции деятельности менеджера выделил:

1) Г.Гьюлик;
2) Р.Лайкерт;
3) Ф.Тейлор;
4) А.Файоль.

1.9. Дж. Э.Мэйо является основоположником:

1) технологии «обогащения труда»;
2) теории «незрелости»;
3) ситуационного подхода;
4) школы «человеческих отношений».

1.10. Соответствие между авторами и теориями, которые они разработали:

1)Ф. Тейлор; 1) «Классическая школа управления»;

2)Р. Лайкерт; 2) Концепция научной организации труда;
3) Ф.Герцберг; 3) Технология «обогащения труда»;
4)А. Файоль; 4) Модель эффективной организации.

1.11 Концепция «достигающего руководителя» Ф.Тейлора привела к внедрению функционального администрирования.
1) да;
2) нет.

1.12 Правильная последовательность этапов развития науки об управлении:
1) концепция научной организации труда;
2) классическая школа управления;
3) школа «человеческих отношений»;
4) двухфакторная теория Ф.Герцберга.

1.13 Концепцию «достигающего рабочего» разработал:
1) А.Файоль;
2) Р.Лайкерт;
3) Ф.Тейлор;
Э.Мэйо.

1.14 Искусственное сдерживание производительности труда – «работа с прохладцей» - это…….
1) рестрикционизм;
2) протекционизм;
3) патернализм;
4) саботаж.

1.15 Забота о благосостоянии подчиненного – это…….
1) патернализм;
2) рестрикционизм;
3) протекционизм;
4) индивидуализм.

2. Вопросы и ситуационные задачи для подготовки к контрольным мероприятиям (текущий контроль)

Пример:

Задание 1. Разработка комплекса PR - мероприятий по формированию корпоративной культуры компании

1. Взять для примера любую компанию (банк, гостиница, коммерческая фирма и т.д.)
2. Определить проблемы в формировании корпоративной культуры компании.
3. Определить цели и задачи внутрикорпоративного PR, направления PR-деятельности в компании.
4. Разработать комплекс PR – мероприятий по формированию корпоративной культуры компании.
5. Определить потенциальную эффективность предложенных мероприятий

Задание 2. Управление имиджем организации

Взять для примера любую организацию (интернет – магазин, детско-юношескую спортивную школу, языковую школу и т.д.) и описать корпоративную философию организации для наполнения сайта:

1. Миссия организации:
— значимость организации для клиентов
— значимость организации для акционеров
— значимость организации для сотрудников
— значимость организации для общества
2. Ценности организации

3. Правила организации
4. Элементы корпоративной культуры

3 Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттесстацию (зачет)

1. Сущность менеджмента. Предпосылки возникновения менеджмента.
2. Методологические подходы к управлению: системный, ситуационный, количественный, функциональный.
3. Этапы развития науки об управлении.
4. Структура, функции и виды организаций. Внутренняя и внешняя среда организаций
5. Организационно-правовые формы управления предприятиями.
6. Организационные структуры управления.
7. «Решетка менеджера». Р.Блэйка и Дж.С.Моутон.
8. Функции менеджмента.
9. Теории мотивации.
10. Ситуационный подход к лидерству. Теория П.Герси и К.Бланчарда.
11. Субституты руководства.
12. Организационная культура предприятия и её основные элементы.
13. Информационное обеспечение менеджмента.
14. Правовое обеспечение системы управления.
15. Кадровая политика фирмы. Взаимосвязь кадровой политики и стратегии развития фирмы.
16. Методы функции управления персоналом организации.
17. Корпоративный PR - инструмент профилактики конфликта.
18. Причины эффективности и конкурентоспособности предприятий. Правила и условия конкурентоспособности предприятия.
19. Концепции и модели стратегического менеджмента.
20. Сущность организационных коммуникаций.
21. Принципы и методы организации антикризисного управления компанией.
22. Социальная ответственность бизнеса.
23. Организация работы отделов по связям с общественностью в коммерческих структурах, государственных и общественных институтах.
24. Функции и задачи PR – отдела. Место PR – отдела в разработке общекорпоративной стратегии.
25. Функциональные обязанности и уровень ответственности руководителя PR – отдела, руководителей подразделений и специалистов отдела по связям с общественностью.
26. Структура и состав отдела по связям с общественностью.
27. Взаимодействие PR – отдела с профессиональными PR – агентствами: причины и проблемы.
28. Бюджет отдела по связям с общественностью.
29. Составление плана кризисного PR – реагирования и обеспечение антикризисных мероприятий PR - отделом.
30. Критерии обоснования целесообразности использования системы аутсорсинга отделом по связям с общественностью. Виды деятельности PR – отдела, к которым применима процедура аутсорсинга.
31. Исследовательско - аналитическое подразделение PR – отдела и его функции.
32. Подразделение PR – отдела по креативу и его функции.
33. Производственное подразделение PR – отдела и его функции.
34. Подразделение PR – отдела по спецпроектам и его функции.
35. Функции PR – специалиста по работе со СМИ.

36. Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью.

37. Информационное обеспечение корпоративного PR.

38. Управление внутренними связями с общественностью.

39. Создание и поддержка корпоративного Интернет – ресурса.

40. Стратегическое планирование PR – деятельности отдела по связям с общественностью.

5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	**Экзамен/ Зачет с оценкой**	**Зачет**
40<R<=50	Отлично	зачет
30<R<=40	Хорошо	
20<R<=30	Удовлетворительно	
O<R<=20	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «зачет» либо «незачет».

.

Таблица 6 – Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Критерии оценивания результатов обучения**			
		Оценка **«неудовлетворительно»** / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«удовлетворительно»** / «зачтено» 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«хорошо»** / «зачтено» 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка **«отлично»** / «зачтено» 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ИОПК-4.1.** Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
	ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать ин-	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен опре-	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных зна-

	формацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.	делять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	ний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки. Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки. Не полностью освоены методы применения теоретических знаний в практической работе	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ИОПК-5.1.** Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практиче-	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его приме-	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно приме-

		ской профессиональной деятельности.		нения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	няет теоретические знания в практической работе
	ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки. Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки. Не полностью освоены методы применения теоретических знаний в практической работе	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
	ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки. Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки. Не полностью освоены методы применения теоретических знаний в практической работе	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
ОПК-2 Способен учиты-	**ИОПК-2.1.** Использует	Не способен грамотно и ло-	Способен анализировать	Способен анализировать	Имеет глубокие зна-

вать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.	гически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	ния всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
	ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиаканалов и СМИ, способствует развитию диалога.	Не способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности.	Способен усвоить теоретические знания, но знания неглубокие, поверхностные. При выполнении практических заданий допускает значительные ошибки. Возможность применения теоретических знаний в практической профессиональной деятельности логически не обосновывает.	Способен усвоить теоретические знания в полном объеме и определить взаимосвязь теоретически освоенного материала с возможностью его применения в практической профессиональной деятельности, но при выполнении практических заданий допускает незначительные ошибки. Не полностью освоены методы применения теоретических знаний в практической работе	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет теоретические знания в практической работе
	ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных	Не способен грамотно и логически верно излагать и ис-	Способен анализировать изученный теоретический	Способен анализировать изученный теоретический	Имеет глубокие знания всего материала

	и государственных институтов и происходящие в них процессы.	пользовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании

Таблица 7. Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку **«отлично»** заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку **«хорошо»** заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку **«удовлетворительно»** заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

6.1.1 Зельдович, Б.З. Медиаменеджмент: учебник для вузов Моск. политехн. ун-т. – 2-е изд., испр. и доп. / Б.З. Зельдович – М., 2019. – 293 с. Гриф: УМО ВО – 1 шт

6.1.2 Связи с общественностью в системе коммуникаций. Монография [Электронный ресурс] / под.ред. проф. Горохова В.М.- М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2019 — URL: **a36ffb4659dfd24a718f008811bbadd1.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)**

6.1.3 Десяева, Н.Д. Академическая коммуникация: учебник / Н.Д. Десяева – 2-е изд. – М.: Моск. гор. пед. ун-т. 2019. – 150 с. – 1 шт.

6.1.4. Коргова, М.А. Менеджмент организации: учеб. пособие для академ. бакалавриата. –/ М.А. Коргова - 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 197 с. Гриф: УМО ВО – 1 шт.

6.2. Справочно-библиографическая литература

6.2.1 Леонов Н.И. Конфликтология: общая и прикладная: учебник и практикум для бакалавриата, специалитета и магистратуры / Н.И. Леонов - Удмурт. гос. ун-т. – 4-е изд, перераб. и доп. – М., 2019. – 359 с.

6.2.2. Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академ. бакалавриата / В.М. Маслова - Финансовый ун-т при Правительстве РФ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., 2019. – 431 с. Гриф: УМО ВО – 1 шт

6.2.3. Семенова, Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.М. Семенова С.-Петерб. гос. эконом. ун-т. – М., 2019. – 141 с. Гриф: УМО ВО – 1 шт.

6.3. Перечень журналов по профилю дисциплины:

6.3.1 Журнал «Менеджмент сегодня» - Сайт: Журнал «Менеджмент сегодня» (grebennikon.ru).

6.3.2. «Российский журнал менеджмента» Журнал учрежден Санкт-Петербургским государственным университетом по инициативе Высшей школы менеджмента СПбГУ. – Сайт: Российский журнал менеджмента (spbu.ru)

6.3.3. Журнал «MANAGEMENT» - Сайт: Журнал "Management" всё об ISO 9001 | Журнал "Management" — профессиональное издание освещаются вопросы эффективного применения ISO 9001, ISO 22000, OHSAS 18001, ISO 14001, KAIZEN, Lean Production (iso-management.com)

6.3.4. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом» — Сайт: Журнал "Менеджмент в России и за рубежом" (mevriz.ru)

6.3.5. Ежемесячный профессиональный журнал о связях с общественностью и рынке PR «Советник» — Сайт: http://www.sovetnik.ru/

6.3.6. Журнал «Со-Общение» — Сайт: Журнал Со-общение (soob.ru)

6.3.7. Журнал «PR в России» — Сайт: http://www.prjournal.ru/

6.3.8. Журнал «Служба PR» — Сайт: Журнал "Служба PR" (panor.ru)

6.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

7.1 Перечень информационных справочных систем

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	E-LIBRARY.ru	http://elibrary.ru/defaultx.asp

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице 9 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	**2**	**3**
1	Единый архив экономических и социологических данных	http://sophist.hse.ru/data_access.shtml

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 10 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» https://www.nntu.ru/sveden/accenv/

Таблица 10 – Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

— учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

— помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную. информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 – Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	**6302** учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новго-	1. Доска меловая - 1 шт. 2. Экран - 1 шт. 2. Мультимедийный проектор Epson efn-121 - 1 шт. 3. Ноутбук Sony Vaio: Intel Core2Duo@1.8 Ghz; 2Gb озу; (переносной) - 1 шт. 4. Рабочее место студента - 36 5. Рабочее место преподавате-	1. Windows XP, Prof, S/P3 (подписка Dream Spark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14); 2. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 3. Dr.Web (с/н GMN9-DSLH-G4U1-LW6H от 11.05.23

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
	род, Казанское ш., 12	ля – 1	

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

— балльно-рейтинговая технология оценивания;

— разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, ZOOM.

Инициируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

10.2 Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- умение решать ситуационные задачи;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний,** включающая:

- проведение контрольных работ;
- обсуждение теоретических вопросов;
- решение ситуационных задач;
- тестирование;
- зачет.

11.2 Типовые задания к практическим занятиям

Задание 1. Разработка проекта антикризисной программы.

Цель: сформировать у студентов навыки разработки прогнозных сценариев кризисной ситуации; написания PR – текстов и определения модели антикризисной деятельности.

Технология занятия:

1. Группа разбивается на подгруппы. Каждая подгруппа выполняет задание самостоятельно.

2. Студенты в подгруппе, ознакомившись с заданием, определяют тип организации, на примере которой будут его выполнять.

3. Выполнив задание, подгруппа озвучивает результат, обсуждение которого происходит в группе.

Задание: разработать медиасопровождение антикризисного плана «ЭйрАстана»:

1) сформировать коммуникативную стратегию;

2) составить прогноз развития кризиса на основании самого положительного и самого отрицательного сценария;

3) перечислить основные СМИ, а также иные коммуникативные каналы, перечислить их PR-характеристики;

4) выбрать коммуникативную модель и просчитать периодичность выхода информации от авиакомпании «ЭйрАстана».

5) Написать PR - тексты для каждого из этапов коммуникативной модели.

Условия: 28 февраля в 15.20 по местному времени во время вылета самолета Airbus A320 авиакомпании «ЭйрАстана», совершавшего рейс КС-128 Ташкент-Алматы, произошла аварийная ситуация. Во время полета произошла поломка системы кондиционирования. В салоне самолета были выброшены кислородные маски, началась паника. Самолет был вынужден совершить вынужденную посадку в Шымкенте. Пассажиры были отправлены к месту назначения другими рейсами.

Задание 2. Разработка стратегии деятельности спин-доктора в сфере политического PR.

Цель: сформировать у студентов навыки разработки стратегического плана антикризисного PR – реагирования в политической сфере.

Технология занятия:

1. Группа разбивается на две подгруппы. Каждая подгруппа выполняет свою часть задания.

2. Студенты в подгруппах:

— разрабатывают стратегию позитивного освещения политической позиции кандидата в депутаты от политической партии;

— разрабатывают стратегию поддержания имиджа политического деятеля посредством PR;

— пишут тексты для СМИ о результатах проведения дебатов;

— разработка стратегии поддержания и продвижения созданного в процессе PR – мероприятий по сопровождению политических дебатов позитивного имиджа политического деятеля.

3. Выполнив задание, подгруппа озвучивает результат, обсуждение которого происходит в группе.

Задание: разработать медиасопровождение политических дебатов кандидатов в депутаты от разных политических партий.

11.3Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса

1. СМИ в информационно-психологических войнах
2. Технологии кризисных коммуникаций в офлайн-среде
3. Технологии кризисных Digital коммуникаций
4. PR и коммуникации в условиях внешнего кризиса организации
5. PR и коммуникации в условиях внутреннего кризиса организации
6. Деятельность PR – подразделения в политических организациях
7. Лоббирование как технология PR – деятельности
8. PR – технологии работы с инвесторами
9. Взаимодействие PR – отдела и СМИ
10. Аутсорсинг в деятельности PR – отдела
11. Пресс-служба и ее функции
12. PR – деятельность по формированию корпоративного имиджа.

11.4. Типовые тестовые задания

6.1.2. Паблицитный капитал – это:
а) собственный финансовый капитал предприятия;
б) совокупность всей информации об объекте общественности, измеряемая в денежном эквиваленте;
в) заемный капитал;
г) инвестируемый капитал.

6.1.3. Основной функцией PR - отдела на предприятии является:
а) управление внутренними связями с общественностью;
б) установление и поддержание деловых отношений с изготовителями носителей PR - продукции;
в) создание, поддержание положительного имиджа предприятия в глазах общественности;
г) информационное обеспечение корпоративного PR.

6.1.4. Подход к формированию бюджета PR – отдела – «нулевой бюджет» - формируется на основе:
а) процента с оборота;
б) ориентации на прошлогодний бюджет;
в) ориентации на определенные PR – - мероприятия;
г) ориентации на будущее.

1.4. Подход к формированию бюджета PR – отдела – «все, что можно себе позволить» - формируется на основе:
а) по остаточному принципу;
б) ориентации на прошлогодний бюджет;
в) ориентации на определенные PR – - мероприятия;
г) ориентации на будущее.

1.5. Подход к формированию бюджета PR – отдела – «конкурентный паритет» - формируется на основе:
а) по остаточному принципу;
б) ориентации на прошлогодний бюджет;
в) ориентации на определенные PR – - мероприятия;
г) ориентации на бюджет конкурентов.

11.5 Типовые ситуационные задачи

Задание 1. Разработка стратегии деятельности PR – специалиста компании в период общенационального кризиса.

Цель: сформировать навыки творческого подхода к разработке стратегии по сохранению клиентской базы и поддержанию лояльности клиентов в период пандемии.

Технология занятия:

1. Группа разбивается на подгруппы. Каждая подгруппа выполняет задание самостоятельно.
2. Студенты в подгруппе, ознакомившись с заданием, определяют тип организации, на примере которой будут его выполнять.
3. Выполнив задание, подгруппа озвучивает результат, обсуждение которого происходит в группе.

Задание: разработать стратегию поддержания лояльности клиентов компании (пекарни/кафе) в период пандемии.

Задание 2. Определение причин неэффективной коммуникации в организации

Цели работы: овладение технологией определения и устранения причин неэффективного функционирования каналов коммуникации в организации.

Технология проведения***:***

1. Проводится деловая игра «Передача информации» (разминочный этап)
2. Группа разбивается на подгруппы, которые выясняют причины неэффективного функционирования каналов коммуникации в организации.
3. Проводится деловая игра «Передача информации» (интеллектуальный этап)
4. Определяется эффективность проведенной коммуникативной активности

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ

_____
“____”_____201__ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины
Б.1.Б.6.10 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров
Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность: «Продвижение средств массовой информации»
Форма обучения очная, заочная
Год начала подготовки: 20

Курс 2
Семестр 4
а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 20__ г. начала подготовки.
б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

1) ……..;
2) ……..;
3) ……

Разработчик (и): _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
«__»_____20_г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМиК
_____ протокол № _____ от «__» _____20__г.

Заведующий кафедрой Е.А. Зайцева

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой СОМиК _____ «__» _____ 20_г.

Методический отдел УМУ:_____ «__» _____20_ г.