

МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование у будущих специалистов рекламы и связей с общественностью готовности к активному включению в процесс управления социально-экономическими системами с применением достижений современной теории менеджмента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Цифровые коммуникации», «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков». Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с общественностью», «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ», «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)», «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России», прохождения практик «Преддипломная практика», «Профессионально-творческая практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);
- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1);
- способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства, управления конфликтами;

уметь

- анализировать всю сложную совокупность факторов внутренней и внешней среды и их влияние на эффективность деятельности организации;
- определять положение организации относительно ее жизненного цикла;
- пользоваться основными законами организации при решении ситуационных задач;
- проводить анализ организационных структур управления в рамках проектирования и реорганизации организации;
- осуществлять контроль в системе менеджмента;
- находить рациональное решение проблемы;

владеть

- способностью анализировать развитие и закономерности функционирования организации;
- передовыми методами планирования и управления на любом уровне организации;
- способностью реагировать на течение законов организации;
- методами организационного проектирования;
- навыками самоконтроля в системе менеджмента;
- способностью собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить аналитический отчет.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 12 ч., СРС – 92 ч.),

распределение по семестрам – 4 курс, зима,

форма и место отчётности – зачёт (4 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

Развитие менеджмента в прошлом и настоящем.

Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения менеджмента. Школы менеджмента. Суть управленческой деятельности. Определение управления. Основные понятия о функциях управленческой деятельности. Профессия – менеджер. Сравнительная характеристика менеджера и предпринимателя. Сущность менеджмента как совокупности науки и искусства. Менеджер в современной организации. Планирование в организации.

Развитие организации. Законы организации.

Организация как система. Классификация организаций. Закон синергии. Закон информированности – упорядоченности. Закон самосохранения. Закон единства анализа (синтеза). Закон развития. Закон композиции и пропорциональности. Специфические законы социальной организации.

Организация, контроль в системе менеджмента.

Организационные структуры. Типы организационных структур. Организация взаимодействия и полномочия. Организационное проектирование. Регулирование и контроль в системе менеджмента.

Мотивация в теории менеджмента. Коммуникации как связующие процессы в управлении.

Мотивация деятельности. Коммуникации в менеджменте: этапы и стадии коммуникационного процесса; способы сбора, обработки, передачи и получения информации; преграды и причины неэффективной коммуникации.

6. Разработчик

Латышев Денис Валентинович, канд. пед. наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования.