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.

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).

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 анлизировать 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.