

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.О.24 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль):	Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Ознакомление студентов с фундаментальными основами и практикой менеджмента в современном мире.

Задачи дисциплины:

Определить характеристики основных элементов системы управления организацией;

Определить место и роль менеджмента в организации, необходимые качества и содержание работы менеджера;

Проанализировать мировой опыт функционирования и развития менеджмента;

Выявить многофакторное воздействие внешнего окружения на определение целей и стратегии организации в ее взаимодействии с этим окружением;

Показать проявления действия межличностных и групповых процессов, протекающих в организации и определяющих характер организационной культуры.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Знает основы организации и проведения социологических исследований, методы и технологии определения целевой аудитории и работы с ней.	Наименование категории (группы) компетенций: «Аудитория»
	ОПК-4.2 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	
	ОПК-4.3 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4.1. Знает основы организации и проведения социологических исследований, методы и технологии определения целевой аудитории и работы с ней.	Знать понятие, цели, принципы и функции рекламы, сферы её применения; роль и место рекламы в современной системе интегрированных маркетинговых коммуникаций
ОПК-4.2. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	Уметь использовать методы планирования рекламных кампаний на макроуровне
ОПК-4.3. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Владеть навыками применения средства и методы планирования рекламных кампаний

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-4.1	ОПК-4.2	ОПК-4.3
1	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика.	ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Методы и функции менеджмента, их характеристика.	ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
3	Эволюция концепций менеджмента.	ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
4	Формирование миссии организации и стратегических целей	ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
5	Организационные структуры	ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
6	Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации.	ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
7	Система управления персоналом в современной организации.	ОПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №2 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика. Содержание понятий «менеджмент» и «управление». Менеджмент как самостоятельная область знаний, сочетающая теорию и практику управления. Современные требования к менеджменту. Практические занятия/самостоятельная работа: Менеджмент в организации сферы рекламы и связей с общественностью и определения направления ее деятельности. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Методы и функции менеджмента, их характеристика. Методы менеджмента: понятие, сущность, принципы реализации. Административные методы менеджмента. Экономические методы менеджмента. Социально-психологические методы менеджмента. Характеристика базовых функций менеджмента Практические занятия/самостоятельная работа: Отбор и обоснование принципов и методов управления для выбранной организации сферы рекламы и связей с общественностью. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Эволюция концепций менеджмента. Развитие управленческих взглядов в России 18-20 вв. Особенности развития менеджмента в России 21 века. Сущность тейлоровской концепции менеджмента и ее развитие. Основные положения «административной школы». Основные положения бихевиористского направления в менеджменте.</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа	
Практические занятия/самостоятельная работа: Функции менеджмента, реализуемые в организации сферы рекламы и связей с общественностью и их взаимосвязи. Определение процедуры контроля. Лабораторная работа: -	
Тема 4: Формирование миссии организации и стратегических целей Основные понятия: видение, миссия, стратегическая цель. Стратегические цели в системе целей Практические занятия/самостоятельная работа: Теоретические положения, на основе которых функционирует организация рекламы и связей с общественностью Лабораторная работа: -	
Тема 5: Организационные структуры Понятие организационной структуры управления. Линейная структура управления. Линейно-штабная организационная структура. Функциональная организационная структура. Линейно-функциональная структура. Дивизиональная организационная структура. Матричная организационная структура. Практические занятия/самостоятельная работа: Выбор и обоснование организационной структуры для организации сферы рекламы и связей с общественностью. Лабораторная работа: -	
Тема 6: Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации. Решение и его роль в деятельности менеджера. Классификация управленческих решений. Модели принятия решений. Этапы процесса разработки управленческих решений. Определение программы и содержания анализа УР. Модели и методы подготовки УР. Основные формы подготовки управленческих решений. Основные формы реализации управленческих решений Практические занятия/самостоятельная работа: Модель информационной системы организации и выбор методов принятия управленческих решений для организации сферы рекламы и связей с общественностью. Лабораторная работа: -	
Тема 7: Система управления персоналом в современной организации. Управление персоналом: понятие, сущность. Модели управления персоналом. Концепция управления персоналом. Принципы и методы управления персоналом. Сущность, цели и функции системы управления персоналом организации. Практические занятия/самостоятельная работа: Модель мотивации сотрудников в организации сферы рекламы и связей с общественностью. Выбор и обоснование стиля управления в организации сферы рекламы и связей с общественностью. Лабораторная работа: -	
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом	

Очная форма обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):		36	36
Лекционные занятия (Лек)		18	18
Лабораторные занятия (Лаб)		0	0
Практические занятия (Пр)		18	18
Самостоятельная работа студента (СР)		33	33
Курсовая работа		0	0
Другие виды самостоятельной работы*		33	33
Контроль самостоятельной работы (КСР)		3	3
Контактная работа (КоР)		39	39
Форма промежуточной аттестации		0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)		36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ		108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика.	7	2	2	0	4	2

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
2	Методы и функции менеджмента, их характеристика.	7	2	2	0	4	2
3	Эволюция концепций менеджмента.	7	2	2	0	4	2
4	Формирование миссии организации и стратегических целей	7	4	4	0	4	4
5	Организационные структуры	7	2	2	0	5	2
6	Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации.	7	2	2	0	6	2
7	Система управления персоналом в современной организации.	7	4	4	0	6	4
Итого:			18	18	0	33	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	87	87
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	87	87
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	12	12
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика.	7	2	0	0	12	2
2	Методы и функции менеджмента, их характеристика.	7	0	0	0	12	2
3	Эволюция концепций менеджмента.	7	0	0	0	12	2
4	Формирование миссии организации и стратегических целей	7	0	2	0	12	4
5	Организационные структуры	7	2	0	0	13	2
6	Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации.	7	0	0	0	13	2
7	Система управления персоналом в современной организации.	7	0	2	0	13	4
Итого:			4	4	0	87	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	18	18
Лекционные занятия (Лек)	8	8
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	10	10
Самостоятельная работа студента (СР)	51	51
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	51	51
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	21	21
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика.	7	2	2	0	7	2
2	Методы и функции менеджмента, их характеристика.	7	2	0	0	7	2
3	Эволюция концепций менеджмента.	7	0	2	0	7	2
4	Формирование миссии организации и стратегических целей	7	2	2	0	7	4
5	Организационные структуры	7	0	2	0	7	2
6	Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации.	7	2	0	0	8	2
7	Система управления персоналом в современной организации.	7	0	2	0	8	4
Итого:			8	10	0	51	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник для вузов / Под ред. Кузнецова Ю.В. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 448 с. - ISBN 978-5-534-03372-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/medzhment-489310>

2. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamedzhment-495845>

3. ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ. Учебное пособие / Мясникова М. А. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), 2022 г. - 179 с. - ISBN 978-5-9916-9861-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/praktika-professionalnogo-mediaobrazovaniya-492171>

Дополнительная литература:

1. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Липсица

И.В., Ойнер О.К. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 379 с. - ISBN 978-5-534-01165-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-menedzhment-489346>

2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Малькевич А. А., 2022 г. - 109 с. - ISBN 978-5-534-09415-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu-493292>

3. МЕНЕДЖМЕНТ. ПРАКТИКУМ. Учебное пособие для вузов / Под ред. Кузнецова Ю.В. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 246 с. - ISBN 978-5-534-00609-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-praktikum-489686>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arh.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. [AdIndex.ru](https://adindex.ru): реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

9. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.cfin.ru>. - Текст: электронный

10. Реклама в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.rwr.ru>. - Текст: электронный

11. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

12. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенной специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенный специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

3. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее	61-73	74-90	91-100			
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет	Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее F	51-60 Fx	61-67 E	68-73 D	74-83 C	84-90 B	91-100 A

Уровень сформированности компетенций	Не сформированы	Пороговый	Высокий	Повышенный
--------------------------------------	-----------------	-----------	---------	------------

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение/ Реферат № 1

1. Основные положения бихевиористского направления в менеджменте.
2. Основные положения фордизма.
3. Сравнительный анализ современных управленческих концепций, сформированных в США, Финляндии, Японии.

Доклад, сообщение/ Реферат № 2

1. Миссия, видение, цель: соотношение понятий.
2. Стратегические цели: понятие, специфика.
3. Целеполагание в процессе менеджмента: понятие цели, классификация целей. Требования к постановке целей.
4. Виды и особенности организационных структур управления.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Введение в менеджмент
2. Природа управления и исторические тенденции его развития
3. Правовое регулирование управленческой деятельности организации
4. Интеграционные процессы в менеджменте
5. Внешняя и внутренняя среда организации
6. Эффективность менеджмента
7. Сущность и классификация функций менеджмента
8. Планирование и прогнозирование в системе менеджмента
9. Организация как функция менеджмента

Собеседование/опрос/ Контрольная работа № 2

1. Охарактеризуйте процесс эффективной постановки целей организации.
2. Сформулируйте стратегическую цель организации сферы рекламы и связей с общественностью.
3. Проведите сравнительный анализ современных управленческих концепций, сформированных в США.
4. Проведите сравнительный анализ современных управленческих концепций, сформированных в Германии.
5. Проведите сравнительный анализ современных управленческих концепций, сформированных в Японии.
6. Проведите сравнительный анализ современных управленческих концепций, сформированных в России.

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1

1. Организационная культура: понятие, сущность.
2. Функции организационной культуры.
3. Виды организационных культур.
4. Структура организационной культуры.
5. Эффекты организационной культуры.

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №2

1. Концептуальная модель организационной культуры сферы рекламы и связей с общественностью.
2. Основные элементы организационной культуры для организации сферы рекламы и связей с общественностью.
3. Взаимосвязь организационной культуры и жизненного цикла организации. Приведите примеры такой взаимосвязи для организации сферы рекламы и связей с общественностью.

Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача № 1

Анализ распределения полномочий и ответственности на примере конкретной организации

Задание:

1. Представьте себя менеджером высшего звена управления фирмой.
2. Определите весь круг своих полномочий. Составьте конкретную схему организационной структуры управления для своей организации.
3. Составьте список своих заместителей, помощников и консультантов по отдельным направлениям менеджмента фирмы.
4. Распределите в порядке делегирования до 80% своих полномочий среди сотрудников организации
5. Проанализируйте эффективность принятого решения по делегированию полномочий. Оцените возможные позитивные и негативные последствия данного решения

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)

1. Основные научные подходы к определению понятия "менеджмент".
2. Основные функции менеджмента, их сущность и специфика.
3. Взаимосвязь и динамичность функций в системе управления организацией.
4. Основные принципы менеджмента.
5. Методы менеджмента: понятие, виды и значение в практике.
6. Характеристика административных методов менеджмента.
7. Характеристика социально-психологических методов менеджмента.
8. Этапы жизненного цикла организации.
9. История развития менеджмента в России.
10. Планирование в менеджменте: понятие, сущность, виды, технология.
11. Школа «научного управления» Ф. Тейлора: основные положения и принципы.
12. Школа «административного управления» А. Файоля: основные положения и принципы.
13. Сравнительный анализ организационных структур управления.
14. Управленческие решения: сущность, классификация и требования, предъявляемые к ним.
15. Методы выработки управленческих решений.
16. Схема принятия решений в организациях. Информация в процессе принятия управленческих решений.
17. Основные функции управления персоналом.
18. Концепция управления персоналом. Подсистемы управления персоналом организации.
19. «Персонал организации»: понятие, основные характеристики, классификация. Организация подбора и подготовки кадров.
20. Стили руководства: различия, основные характеристики, условия использования.
21. Лидерство: понятие, сущность. Основные типы лидеров.
22. Организационная культура и методы ее формирования.
23. Основные уровни и элементы организационной культуры.

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)

Типовое практическое задание № 1

Проведите анализ основных типов лидеров. Обоснуйте, какой из них наиболее эффективен для организации сферы рекламы и связей с общественностью. Разработайте программу обучения лидеров для организации сферы рекламы и связей с общественностью.

Типовое практическое задание № 2

Охарактеризуйте сущность и направления, виды кадровой политики для организации сферы рекламы и связей с общественностью в г. Санкт-Петербурге. Разработайте стратегию управления персоналом для организации сферы рекламы и связей с общественностью в г. Санкт-Петербурге.

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ОПК-4	Знать понятие, цели, принципы и функции рекламы, сферы её применения; роль и место рекламы в современной системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	50

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.О.24 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)	ОПК-4	Уметь использовать методы планирования рекламных кампаний на макроуровне Владеть навыками применения средства и методы планирования рекламных кампаний	50