

## Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

Ф.И.О. Подписавший: Людмила Фиданова

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 2020.10.21 12:05:08

Уникальный программный ключ:

faaf0000000000000000000000000000

**рабочей программы учебной дисциплины "Б1.О.25 Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью"**

**направления подготовки бакалавров "42.03.01 Реклама и связи с общественностью"**

**профиль подготовки "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"**

**программа подготовки "бакалавр"**

### Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель дисциплины – формирование у студентов основ управленческого мышления путем изучения основных разделов менеджмента, освоение ими общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; изучение мирового опыта менеджмента.

Задачи курса:

·приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента и механизма функционирования организации;

·формирование знаний для принятия эффективных управленческих решений;

·получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области задач, структуры и методов организации деятельности в условиях ориентации на максимальное удовлетворение потребностей;

·формирование навыков экономического мышления и конкретных приемов при решении задач в лечебной деятельности;

·приобретение навыков самостоятельного творческого использования теоретических знаний и умений управления услугами в практической деятельности в организациях отрасли;

·формирование представлений о том, что менеджмент является инструментами достижения экономических целей организации по совершенствованию управления деятельностью предприятия и повышению уровня удовлетворения потребностей путем предложения им конкурентоспособных услуг.

### Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Рыночная экономика и менеджмент и маркетинг в стоматологии
Специфика менеджмента в сфере рекламы
Стратегическое и текущее планирование. деятельности предприятия
Внутренняя и внешняя среда бизнеса
Цели и задачи управления предприятием
Организация управления предприятием
Система коммуникаций на предприятии
Налаживание взаимовыгодного сотрудничества
Качества и работа менеджера
Мотивация труда персонала на предприятии



Раздел дисциплины
Организация контроля за деятельностью подчиненных на предприятии
Управление конфликтами в организации
Методы принятия решений
Промежуточная аттестация

## Место дисциплины в структуре ОП

Менеджмент представляет собой дисциплину базовой части цикла. Для ее изучения необходимы знания, умения и компетенции, формируемые дисциплинами: Экономика, социология, правоведение.

Полученные знания, умения и навыки могут быть использованы студентами при освоении таких профессиональных дисциплин как Основы бережливого производства, предпринимательство и пр.,

## В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

<b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности		
<b>ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</b>		
функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;	навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.
<b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности		
<b>ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности</b>		
способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач	навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;
<b>ПКУВ-2:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности		
<b>ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере</b>		
основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью

Дисциплина "Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-



технической литературой и завершается экзаменом.

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 144 часа, 4 зачетные единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** Экзамен.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 04.09.2023	Горбанев Сергей Викторович
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 07.09.2023	Задорожная Людмила Ивановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 11.09.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

