



## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.16, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью относится к обязательной части ОПОП направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
<i>ОПК ОС-8: Способен к ведению инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела</i>	<i>ОПК ОС-8.1: Знает способы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела. ОПК ОС-8.2: (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»). Понимает специфику использования методов ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.</i>	<i>ОПК ОС-8.1: Знать базовые функции менеджмента. Уметь применять методы стратегического планирования. Владеть навыками урегулирования конфликтов. ОПК ОС-8.2: Знать теории мотивации. Уметь анализировать факторы внешней среды организации. Владеть навыками делегирования полномочий.</i>	<i>Доклад, практическое задание, кейс-задача, деловая игра, дискуссия</i>
<i>ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правов</i>	<i>ОПК-5.1: ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2: ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</i>	<i>ОПК-5.1: Знать особенности управления организацией в медиакоммуникационной сфере Уметь применять теории мотивации и управления для решения профессиональных задач Владеть навыками самоменеджмента и организации работы, распределения функций, делегирования полномочий и оценки эффективности управления ОПК-5.2: Знать законы планирования, управления и оценки в краткосрочной и долгосрочной перспективе Уметь использовать законы</i>	<i>Доклад, практическое задание, кейс-задача, деловая игра, дискуссия</i>

		<p>планирования и управления на уровне применения значительного объема теоретических знаний в профессиональной сфере, работать в различных условиях и коллективах Владеть навыками организации, планирования и управления работой отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой социальной сфере в различных условиях и с различными производственными задачами на уровне, достаточном для решения сложных производственно-управленческих задач</p>	
--	--	---	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа)		
- занятия лекционного типа	16	10
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16	4
- КСР	2	2
самостоятельная работа	65	119
Промежуточная аттестация	45 экзамен	9 экзамен

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них	Самостоятельная работа обучающегося,

			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Занятия лабораторного типа		Всего		часы	
	очная	заочная	очная	заочная	очная	заочная	очная	заочная	очная	заочная	очная	заочная
Сущность и содержание понятия «менеджмент». Уровни и виды менеджмента. Понятие организации.	6	10	1	1	1				2	1	4	9
Управление как процесс. Принципы и методы менеджмента.	6	10	1		1	1			2	1	4	9
Основные функции управления: планирование и организация. Делегирование, организационные структуры управления.	9	10	2	1	2				4	1	5	9
Основные функции управления: мотивация, контроль. Теории мотивации.	9	10	2	1	2				4	1	5	9
Коммуникационные процессы в организации и управлении.	7	8	1	1	1				2	1	5	8
Управленческое решение в системе управления.	7	9	1	1	1				2	1	5	8
Групповая динамика. Управление неформальной группой..	6	9	1	1	1				2	1	4	8
Управление конфликтами.	6	10	1		1	1			2	1	4	9
Лидерство и властные отношения в системе менеджмента.	6	9	1	1	1				2	1	4	8
Руководитель в системе современного менеджмента. Стили управления.	7	9	1	1	1				2	1	5	8
Организационная культура.	7	9	1	1	1				2	1	5	8
Подходы к оценке эффективности менеджмента.	7	9	1	1	1				2	1	5	8
Школы менеджмента: научного управления, административная, школы психологии, новая школа, эмпирическая. Подходы менеджмента.	7	10	1		1	1			2	1	5	9
Национальные модели менеджмента: азиатские, европейские, американская.	7	10	1		1	1			2	1	5	9
Аттестация	45	9										

КСР	2	2							2	2		
Итого	144	144	16	10	16	4	0	0	34	16	65	119

Практические занятия (семинарские занятия /лабораторные работы) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает:

Решение прикладной задачи кейса, деловой игры.

На проведение практических занятий (семинарских занятий /лабораторных работ) в форме практической подготовки отводится 4 ч.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП:

Создание и продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

- компетенций:

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

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках: занятий семинарского типа.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Основы менеджмента" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=6246>).

#### **5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:**

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

<b>Уровень</b>	<b>Шкала оценивания сформированности компетенций</b>
----------------	--

сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

	ответа						
--	--------	--	--	--	--	--	--

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

(согласно оценочным средствам табл.2)

### Контрольные вопросы, выносимые на экзамен

Вопросы	Код формируемой компетенции
1 Система менеджмента организации. Исторические предпосылки менеджмента. Эволюция управленческой мысли. Этапы развития менеджмента как научной дисциплины	ОПК-5
2 Первые школы в менеджменте: научное управление, административная школа, школа человеческих отношений, школы поведенческих наук, школы концептуальных подходов, современные модели.	ОПК-5

<p>3 Организационные принципы управления. Понятие «менеджмент», цели и виды менеджмента, уровни менеджмента, объект и субъект управления, система менеджмента и ее структура, методы управления: административные, социально-психологические, экономические, самоуправление, менеджмент и предпринимательство, сущность предпринимательского управления.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>4 Системный и комплексный подходы к управлению, их сопоставление. Ситуационный и процессный подходы в менеджменте.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>5 Национальные подходы к менеджменту: суть американской и японской моделей, модели управления западноевропейских стран, их сравнение, специфика российской модели менеджмента.</p>	<p>ОПК-5</p>
<p>6 Принципы управления. Понятие процесса и функций менеджмента. Сущность планирования, организации, мотивации, контроля и координации.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>7 Процесс планирования на предприятии. Принципы планирования. Объект и предмет планирования. Типы планирования.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>8 Система планов и методы их разработки. Перспективные и текущие планы.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>9 Сущность бизнес-планирования.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>10 Учет в управлении организациями. Классификация расходов предприятия по видам.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>11 Организация как процесс управления. Организационная структура управления. Свойства организационных систем. Требования к разработке организационных структур.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>12 Координация в менеджменте. Организация и координация организационной структуры.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>13 Контроль в менеджменте: понятие, виды, схема контроля. Типичные ошибки при проведении контроля.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>14 Понятие и значение мотивации: структура мотивов. Понятие стимула. Типы мотиваций, виды мотивов.</p>	<p>ОПК-5, ОПК ОС-8</p>
<p>15 Теории мотивации и образ работника: теории, основанные на образе работника, содержательные теории, процессуальные теории.</p>	<p>ОПК-5</p>

16 Коммуникации в процессе менеджмента. Коммуникационный процесс, его элементы и этапы. Виды коммуникаций. Типы невербальных коммуникаций.	ОПК-5, ОПК ОС-8
17 Навыки активного общения: структура деловой беседы.	ОПК-5
18 Управленческие решения в менеджменте. Обратная связь в решении проблем. Подходы к принятию решений. Типы управленческих решений.	ОПК-5, ОПК ОС-8
19 Система SMART.	ОПК-5, ОПК ОС-8
20 Информационные ресурсы и информация. Свойства информации. Требования к управленческой информации.	ОПК-5, ОПК ОС-8
21 Эффективность менеджмента организации. Понятие и сущность эффективности менеджмента. Факторы, влияющие на эффективность менеджмента.	ОПК-5, ОПК ОС-8
22 Система критериев и показателей эффективности менеджмента. Подходы к оценке и показатели экономической эффективности менеджмента. Показатели социальной эффективности менеджмента.	ОПК-5, ОПК ОС-8
23 Особенности менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью	ОПК-5, ОПК ОС-8
24 Менеджмент некоммерческих организаций.	ОПК-5, ОПК ОС-8

### **Темы докладов на семинарском занятии для оценки сформированности компетенции ОПК-5**

1. Школа научного управления.
2. Классическая или административная школа.
3. Школа человеческих отношений.
4. Школа поведенческих наук.
5. Школа науки управления или количественный подход.
6. Школа социальных систем.
7. Новая школа.
8. Эмпирическая школа управления.
9. Системный подход.
10. Процессный подход.
11. Ситуационный подход.

### **Практическое задание для оценки сформированности компетенции ОПК-5**

#### **Задание**

1. Дайте характеристику каждой школе в эволюции управленческой мысли.
2. Выявите особенности основных подходов в менеджменте.
3. Применяются ли рассматриваемые школы и подходы в современном менеджменте в сфере рекламы и связей с общественностью? Приведите примеры.

4. Заполните таблицу по всем школам и подходам в управлении

Название теории, школы, подхода в процессе эволюции управленческой мысли	Краткое изложение сущности школы (подхода) и ее вклад в развитие управленческой мысли	Применение в сфере рекламы или связей с общественностью

**Вопросы для обсуждения на семинарском занятии для оценки сформированности компетенции ОПК-5**

Обсуждаемые вопросы:

1. Основные понятия менеджмента.
2. Менеджмент – наука или искусство?
3. Роль менеджера в организации деятельности предприятия. Десять управленческих ролей по Г. Минтцбергу.

Задания:

1. Найдите 5 определений менеджмента, данных различными исследователями. Ссылка на автора и источник обязательна.
2. Какие определения наиболее подходят к сфере рекламы и связей с общественностью?
3. Найдите подтверждение тому, что менеджмент – это наука.
4. Найдите подтверждение тому, что менеджмент – это искусство.

**Практическое задание для оценки сформированности компетенции ОПК ОС-8**

1. По приведенной схеме (см. таблицу) проведите управленческое обследование любого известного предприятия в сфере рекламы и PR, целями которого являются эффективность деятельности и длительное существование на рынке.

Внутренние факторы (фирмы)	Сильные стороны фирмы, способствующие достижению целей	Слабые стороны фирмы, затрудняющие достижение цели
	1.	1.
	2.	2.
Внешние факторы	Возможности, способствующие достижению цели	Угрозы, затрудняющие достижение цели
	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.

2. Разработайте миссию, цели и стратегию развития исследуемого в первом задании предприятия.

3. Постройте «Дерево целей» для исследуемого предприятия.

Работа может осуществляться в микрогруппах студентов. Микрогруппа, которая выявила наибольшее количество факторов и построила самого полное «дерево целей», считается победившей.

**Кейс-задача для оценки сформированности компетенции ОПК-5**

*Мотивация в менеджменте*

Цель занятия: развить способности в области анализа источников возникновения проблем с целью правильной и своевременной мотивации сотрудников, решения конфликтных ситуаций и повышения эффективности работы сотрудников.

#### Задание

Проанализируйте любые из предложенных ситуаций, сложившихся на фирме, работающей в сфере связей с общественностью или рекламы. Обоснуйте причины и источники их возникновения (явные и неявные) и предложите способы мотивации сотрудников с целью устранения конфликтной ситуации с максимальной пользой для организации. Причины возникновения выбранных вами ситуаций сформулируйте сами. В связи с этим будут различны результаты решений данных ситуаций. Анализ ситуации необходимо провести по предложенной ниже схеме мотивационного процесса.

1. Ценного специалиста по рекламе и СО переманивает конкурент.
2. Организация находится на начальной стадии формирования коллектива. Люди с большим трудом притираются друг к другу. Происходит много разногласий.
3. Отдел – победитель внутрифирменного соревнования прошлого года в новом году занял предпоследнее место.
4. В плановом отделе в третий раз возникают громкие скандалы между сотрудниками.
5. Из офиса генерального директора происходит утечка информации конкуренту.
6. В организации работают преимущественно женщины, межличностные отношения напряжены.
7. Молодые сотрудники постоянно участвуют в проектах на стороне.
8. На генерального директора постоянно поступают анонимки в адрес руководства корпорации.
9. Работники крупной корпорации противятся слиянию с другой крупной компанией.
10. Опытный специалист (10 лет стажа работы) стал хуже выполнять задание.

#### Схема мотивационного процесса

1. Анализ ситуации:
  - место сложившейся ситуации (фирма, рабочее место);
  - участники ситуации (взаимосвязи, кандидатуры, мотивации).
2. Определение проблемы:
  - формулирование проблемы;
  - причины и мотивы.
3. Постановка целей мотивации.
4. Планирование мотивации работника (работников):
  - выявление потребностей работников;
  - определение иерархии потребностей;
  - анализ изменения потребностей;
  - «потребности – стимулы»;
  - стратегия, способ мотивации.
5. Осуществление мотивации:
  - создание условий, отвечающих потребностям;
  - обеспечение вознаграждения за результаты;
  - создание уверенности в возможности достижения цели;
  - создание впечатления от ценности вознаграждения.
6. Управление мотивацией:
  - контроль за ходом мотивационного процесса;
  - сравнение полученных результатов с требуемыми;
  - корректировка стимулов.

### **Деловая игра для оценки сформированности компетенции ОПК ОС-8**

#### **Деловая игра «Мозговой штурм»**

##### ***Цели и задачи деловой игры***

Деловая игра «Мозговой штурм» - продуктивный способ выдвижения новых идей. Подчас довольно сложная проблема, не поддавшаяся решению традиционными способами,

неожиданно получала оригинальное решение методом «мозгового штурма». Этот метод развивает мыслительные процессы, способность абстрагироваться от объективных условий и существующих ограничений, умение сосредоточиться на узкой актуальной цели и т.д.

#### *Порядок проведения деловой игры*

1. *Постановка проблемы.* Обоснование задачи для поиска решения. Определение условий коллективной работы, выдача студентам правил поиска решения и поведения в процессе «мозговой атаки». Формирование нескольких рабочих групп по 3-5 человек и экспертной группы, обязанностью которой будут разработка критериев, оценка и отбор наилучших идей. Время -10 мин.
2. *Разминка.* Упражнения в быстром поиске ответов на поставленные вопросы. Задача этого этапа – помочь студентам максимально освободиться от воздействия психологических барьеров (неловкости, стеснительности, замкнутости, скованности и т.п.). Время -15-20 мин.
3. *«Мозговая атака» поставленной проблемы.* Предварительно еще раз уточняется задача, напоминаются правила поведения в ходе игры. Генерирование идей начинается по сигналу преподавателя одновременно во всех студенческих рабочих группах. К каждой группе прикрепляется эксперт из числа студентов, задача которого фиксировать на бумаге выдвигаемые идеи. Время -10-15 мин.
4. *Оценка и подбор наилучших идей.* Пока эксперты на основе избранных критериев отбирают идеи, рабочие группы отдыхают. Время -10-15 мин.
5. *Сообщение о результатах «мозговой атаки».* Обсуждение итогов работы, оценка наилучших идей, их обоснование и публичная защита. Принятие коллективного решения.

#### *Сценарий деловой игры*

Во время игры нет ни начальников, ни подчиненных, ни новичков, ни ветеранов, есть ведущий и участники; никто не может претендовать на особую роль или привилегии; преимущества не дает даже авторство блестящих идей. Участник игры должен стремиться не к демонстрации своих познаний и квалификации, а к решению выдвинутой проблемы.

«Мозговой штурм» требует полного раскрепощения мысли и свободы для выступления; чем неожиданней и необычней идея, тем больше оснований рассчитывать на ее успех. Как бы фантастична и невероятна ни была идея, выдвинутая кем-либо из участников игры, она должна быть встречена с одобрением. Категорически запрещены взаимные критические замечания и промежуточные оценки – они мешают построению и формированию новых идей. Следует воздерживаться от перешептываний, переглядываний, жестов, которые могут быть неверно истолкованы другими участниками игры.

«Мозговая атака» не терпит шаблонного мышления; полное освобождение от плена стереотипов, стандартов и традиций – важнейшее условие успешного творческого поиска. Если не хотите обресть поиск на неудачу, избегайте мысли, что обсуждаемая проблема может быть решена только известными способами.

Не допускайте суждения, будто данная проблема вообще не разрешима. Теоретически таких положений в практике не существует. Попробуйте с самого начала убедить себя, что положительное разрешение данной проблемы имеет для вас чрезвычайно важное значение. Чем больше выдвинуто предложений, тем больше вероятность появления новой и ценной идеи.

В ходе игры допускаются и приветствуются дополнения и усовершенствования идей, предложенных вами или другими участниками «мозговой атаки». Разрешается задавать вопросы коллегам с целью уточнения и развития их идей; вопрос не должен содержать в себе оценки или вашего отношения к идее. Тщательно, но корректно формулируйте свои мысли, не огорчайтесь, если вас не поймут, сделайте попытку еще раз изложить идею. Не ждите одобрений или осуждений вашего предложения со стороны коллег, лучше подумайте, как его можно усовершенствовать.

Не обращайтесь к руководителю «мозговой атаки» за поддержкой – до окончания игры он не имеет права на публичную оценку. Если проблема в целом не поддается решению,

попробуйте расчленить ее на составные элементы и поразмыслите над каждым из них в отдельности. Используйте способ комбинирования приемов, решений, подсчетов, оценок; попытайтесь структурировать некоторую систему из казалось бы чуждых друг другу частей.

Осмысливая выдвинутую для решения проблему, можно попытаться сделать все наоборот; ставить задачу, обратную данной, изменить последовательность действий, операций, расположение деталей т.д. Попробуйте для решения данной проблемы использовать известные вам способы и приемы, применение которых в других ситуациях дает положительные результаты. Оценка и решение поставленной задачи не обязательно могут быть найдены только в фирме, попытайтесь вспомнить интересные неожиданные разрешения сходных проблем в других деятельности.

Не стесняйтесь произвольно менять параметры в поставленной проблеме: уменьшать или увеличивать стоимость, сроки, размеры, расстояния и т.д. Если идея решения будет найдена, ее можно доработать до уровня установленных фирмой границ.

В процессе «мозговой атаки» меньше обращайтесь внимание на возможные последствия, думайте о том, насколько ваше предложение может быть существенным для фирмы, в которой вы работаете. Помните: оптимизм и уверенность удесятерят умственную и психическую энергию человека. За пять минут до начала игры попытайтесь ответить на следующие вопросы:

- заслуживает данная проблема моего внимания?
- что дает ее решение?
- кому и для чего это нужно?
- что произойдет, если ничего не менять?
- что случится, если я не выдвину ни одной идеи?

#### ***Примерные ситуации для проведения «мозгового штурма»***

*Задание 1.* Предложите несколько идей, которые вы реализуете, если вас назначат руководителем по рекламе и связям с общественностью.

*Задание 2.* Действительно ли мужчины способнее женщин в управленческой деятельности? Или нет? Объясните, почему возникло такое мнение. (Приведите максимум примеров.)

*Задание 3.* Какие идеи вы предложили бы для того, чтобы увеличить спрос на рекламу на транспорте?

*Задание 4.* Какое применение в сфере рекламы и связей с общественностью можно найти для женской пудреницы? (Дайте максимум идей.) Время на выполнение каждого задания – 5 мин.

#### **Вопросы для обсуждения на семинарском занятии для оценки сформированности компетенции ОПК ОС-8**

1. Особенности менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью
2. Менеджмент в системе социокультурных практик.
3. Менеджмент в рекламе.
4. Репутационный менеджмент.
5. Менеджмент некоммерческих организаций.
6. Арт-менеджмент.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

а) основная литература:

Теория менеджмента : учебник для бакалавров / Л. С. Леонтьева [и др.] ; под редакцией Л. С. Леонтьевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 287 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3689-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/teoriya-menedzhmenta-425850>

Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/reputacionnyu-menedzhment-sovremennye-podhody-i-tehnologii-432025>

Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для бакалавриата и магистратуры / О. П. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 261 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-00757-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/strategicheskiy-menedzhment-nekommercheskih-organizaciy-433470>

б) дополнительная литература:

Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02314-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/kross-kulturnyy-menedzhment-432169>

Хвостовицкая Т.Т., Менеджмент в рекламе [Электронный ресурс] / Хвостовицкая Т.Т. - М. : ФЛИНТА, 2015. - 357 с. - ISBN 978-5-9765-2183-4 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976521834.html>

Жуковская Л.Н., Арт-менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Жуковская Л.Н., Костылев С.В., Лузан В.С. - Красноярск : СФУ, 2016. - 188 с. - ISBN 978-5-7638-3491-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834918.html>

Сорокина, Л.А. Менеджмент в малом бизнесе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент». — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 142 с. - ISBN 978-5-238-01694-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028529>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. Журнал «Бренд-менеджмент» // Режим доступа: <http://www.brand-management.ru>
2. Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг - российское PR-агентство// Режим доступа: <http://www.pr-club.com>
3. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR // Режим доступа: <http://www.sostav.ru>
4. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) // Режим доступа: <http://www.raso.ru>
5. Статьи журнала «Менеджмент в России и за рубежом» <http://dis.ru>
6. Секрет фирмы – Интернет журнал о бизнесе в России // Режим доступа: <https://secretmag.ru/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ. Демонстрационное оборудование для презентаций на аудиторных занятиях. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): к. полит. н., доцент кафедры социально-политических коммуникаций Е.В. Вилкова

Рецензент(ы): к.полит.н., доцент кафедры зарубежного регионоведения и локальной истории Д.В. Леушкин

Заведующий кафедрой: д.филос.н., профессор кафедры социально-политических коммуникаций А.Н. Фортунатов

Программа одобрена на заседании методической комиссии  
Института международных отношений и мировой истории от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_  
года, протокол № \_\_\_\_\_.