

## Аннотация дисциплины Б.1.1.26 Дисциплина. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Дисциплина "Менеджмент в рекламе и связях с общественностью" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 7 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108/3 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
2. ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
3. УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Лекция. Объект и предмет менеджмента. Принципы менеджмента. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью. Менеджмент как наука и как искусство. Собственность и менеджмент. Время как ценность менеджмента
2. Институты современного менеджмента. Политические, публичные и частные институты менеджмента. Корпоративная природа менеджмента. Группы интересов и менеджмент. Институциональное развитие: меритократия и техноструктура. Институциональная стабилизация: бюрократия и номенклатура. Карьера в менеджменте: ее открытая и закрытая модели. Институциональная стагнация: протекционизм и геронтократия.
3. Базовые функции менеджмента. Формирования функций менеджмента сообразно его целям. Функции по руководству и функции по исполнению. Функциональные полномочия: линейные и штабные. Делегирование функциональных полномочий и проблема ответственности.
4. Организационные структуры управления. структуры управления. Возможности и ограничения формализованных структур управления. Проектные структуры. Бирюзовые организации.
5. Функция мотивации и контроля. Теории мотивации. Административные, экономические и психологические методы управления.
6. Лекция. Эффективность менеджмента. Понятие эффективности в управленческих процессах. Коммуникативная и коммерческая эффективность медиапродуктов. Показатели эффективности деятельности организаций индустрии рекламы и связей с общественностью.
7. Управление изменениями. Культура власти и культура подчинения. Различные типологии организационной культуры. Групповая динамика, формальные и неформальные группы. Причины возникновения кризисов в организации.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, задания, информационные, классическая лекция.