

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

11.03.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.1.26 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 4
Семестр 7, 8

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	108 / 3	часов/зачетных единиц
Лекции	4	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	4	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	8	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	100	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	8	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент, кандидат наук	МиБ	СОГЛАСОВАНО	Г.С. Цветкова
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра менеджмента и бизнеса

(наименование кафедры)		
10.01.2024	протокол №	5
(дата)		
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	В.В. Двоеглазов
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы	знания: знает основные принципы и базовые функции менеджмента, базовый понятийный аппарат тайм-менеджмента; умения: умеет планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач и траектории саморазвития; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач навыки: владеет навыками самодиагностики, навыками планирования траектории саморазвития на уровне собственной профессиональной деятельности;
	УК-6.2. Выстраивает и реализует персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития на его основе	знания: знает теоретические концепции мотивации персонала, практики мотивации специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, этапы жизненного цикла работника в сфере креативных индустрий умения: умеет дифференцировать административные, экономические и социальные методы управления персоналом с учетом принципов образования и саморазвития в течении всей жизни; навыки: владеет навыками использования методов мотивации при выстраивании профессиональной траектории непрерывного образования и саморазвития;
2. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	знания: знает концепции и принципы социальной ответственности участников рынка рекламы и связей с общественностью, эволюцию отечественных и зарубежных подходов к цеховым принципам профессиональной деятельности умения: умеет планировать, организовывать, контролировать и координировать на основе принципов социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности навыки: владеет навыками оценки ключевых видов риска при нарушении принципов социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности;

и	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	знания: знает этические нормы и принципы социальной ответственности профессионального сообщества, этические нормы работы с информацией, закрепленные в документах участников саморегулирования рынка рекламы и связей с общественностью; умения: умеет использовать этические нормы и принципы социальной ответственности профессионального сообщества при поиске, анализе и хранении рекламной информации навыки: владеет навыками выбора средств и приемов рекламы, связей с общественностью, соответствующих этическим нормам и принципам социальной ответственности профессионального сообщества;
3. ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	знания: знает современные социально значимые ценности в контексте устойчивого развития общества и организации; принципы коммерческой и социальной эффективности умения: умеет осуществлять оперативное и стратегическое управление при продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью навыки: владеет навыками анализа и оценки коммерческой и социальной эффективности коммуникационных продуктов
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	знания: знает общие функции и подходы производственного менеджмента, их согласованность с принципами открытости и корпоративной социальной ответственности умения: умеет использовать современный понятийный аппарат менеджмента при создании текстов рекламы и связей с общественностью, коммуникационных продуктов навыки: владеет навыками планирования, организации, контроля и мотивации при разработке и реализации коммуникационного продукта на основе принципов открытости и корпоративной социальной ответственности

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Введение в профессиональную деятельность (УК-6), Психология рекламы и связей с общественностью (УК-6), Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ОПК-7), Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Социология рекламы и связей с общественностью (ОПК-7), Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-7), Основы теории

коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ПК-2), Введение в профессиональную деятельность (ПК-2), Психология рекламы и связей с общественностью (ПК-2), Опыт связей с общественностью в государственных учреждениях, в негосударственных и коммерческих организациях в Республике Марий Эл (ПК-2), Особенности и проблемы профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью в регионе (ПК-2); практик: Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ПК-2)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (УК-6), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-2)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: исследовательские, лекционные занятия, практические занятия

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, задания, информационные, классическая лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Базовые концепции менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью	36	ОПК-7, ПК-2, УК-6
Лекция. 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	
Практическое занятие. Производственный менеджмент. Управление бизнес-процессами. Виды процессов и их характеристики. Реинжиниринг. Управление цепочкой создания стоимости в сфере рекламы.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение домашних заданий, изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, работа с учебной, учебно-методической и научной литературой, изучение дополнительного материала, сопряженного с темой выпускной квалификационной работы, в том числе эволюцию управленческой мысли, понятие стратегического менеджмента, инновационного менеджмента.	32	
Иная контактная работа:	0	

8 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
---------------------	------------------	-------------------------

Эффективность менеджмента в рекламе и связях с общественностью	72	ОПК-7, ПК-2, УК-6
Лекция. Эффективность менеджмента. Понятие эффективности в управленческих процессах. Коммуникативная и коммерческая эффективность медиапродуктов. Показатели эффективности деятельности организаций индустрии рекламы и связей с общественностью.	2	
Практическое занятие. Анализ и оценка коммерческой эффективности рекламного продукта, инструментов связей с общественностью.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение домашних заданий, изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, работа с учебной, учебно-методической и научной литературой, изучение дополнительного материала, сопряженного с темой выпускной квалификационной работы, в том числе методы формирования бюджета рекламной компании, взаимосвязь финансовых показателей и затрат на рекламу, финансовые результаты деятельности рекламного агентства, показатели коммерческой эффективности рекламного продукта.	68	
Иная контактная работа:	0	

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины).

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине является **зачёт**.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Цветкова, Галина Сергеевна. Рекламный менеджмент [Текст] : учебное пособие : [по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело" и 38.04.02 "Менеджмент"] / Г. С. Цветкова; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, ФГБОУ ВО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 107 с. ISBN 978-5-8158-1998-6. Экземпляры: всего 15.	15 / https://portal.volgatech.net/books/Cvetkova_reklamnii_menedzhment_2018.pdf
2.	Борщевский, Георгий Александрович. Связи с общественностью в органах власти [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. Москва: Юрайт, 2022. - 267 с ISBN 978-5-534-04736-3.	https://urait.ru/bcode/492969
3.	Коротков, Эдуард Михайлович. Менеджмент [Текст : Электронный ресурс] : учебник для вузов / Э. М. Коротков. 3-е изд. Москва: Юрайт, 2022. - 566 с ISBN 978-5-534-07327-0.	https://urait.ru/bcode/488680
4.	Маслова, Е. Л. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Маслова Е. Л. 3-е изд. Москва: Дашков и К, 2022. - 336 с. ISBN 978-5-394-03547-0.	https://e.lanbook.com/book/277358
5.	Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. 18-е изд. Москва: Дашков и К, 2022. - 538 с. ISBN 978-5-394-04475-5.	https://e.lanbook.com/book/277430
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2.	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	116 (II)	Компьютерный стол Бриз-9 (15), ПК ICL RAY S902.1, клавиат.,мышь,патч корд 3м,монитор ViewSonic 21,5" VA2248-LED (15), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web,

			Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
--	--	--	---

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий	Зачтено

7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

1. Относительная характеристика результативности деятельности конкретной управляющей системы, отражающаяся в различных показателях как объекта управления, так и управленческой деятельности (субъекта управления), имеющих количественные и качественные характеристики – это...

А) эффективность управления

б) микромодель управленческих отношений

в) корпоративная культура

г) стратегическое планирование

2. Что не соответствует современному управлению компанией в условиях нарастания неопределенности и рисков?

а) авторитарный стиль управления

б) стратегическое планирование.

в) прозрачность данных

г) здоровье организации как новая корпоративная цель.

д) ценностный менеджмент

3. Сбалансированная система показателей позволяет измерить эффективность компании при помощи четырех групп индикаторов...

А) финансы, клиенты, бизнес-процессы, персонал,

Б) финансы, бизнес-процессы, поставщики, персонал

В) финансы, клиенты, поставщики, персонал,

Г) финансы, персонал, поставщики, бизнес- процессы

4. Функция организованных систем различной природы, которая обеспечивает сохранение определенной структуры данной системы и реализацию программных целей

а) мотивация

б) контроль

в) анализ

г) координация

д) управление

5. Какая из названных организационных структур управления содержит элемент конфликта между менеджерами проекта и менеджерами функционала?

а) линейная

б) дивизиональная

в) матричная

г) функциональная

6. В каких компаниях согласно классификации, Ф. Лалу, особое внимание уделяется личной инициативе сотрудников, децентрализации и горизонтальному принятию решений?

а) бирюзовых (эволюция) организациях

б) желтых (прогресс) организациях

в) зеленый (плюрализм) организациях

г) оранжевый (конформизм) организациях

7. Какие из представленных характеристик соответствуют каскадной модели управления проектами Waterfall ?

а) работа по заранее написанному и согласованному техническому заданию

б) люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов

в) работающий продукт важнее исчерпывающей документации

г) готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану

8. Какие из представленных характеристик соответствуют гибкой модели управления проектами

Agile?

- а) документы и инструкции — это важно
- б) следующий этап работы не начнется, пока не закончится предыдущий
- в) если требования к продукту изменились после согласования — переписываем техническое задание
- г) готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану

9. Какая из представленных компетенций не относится к «старым» навыкам персонала (руководителя):

- а). управление финансовыми и материальными ресурсами
- б). контроль качества и безопасности
- в). координация и управление временем
- г). мониторинг и контроль за технологиями
- д). эмоциональный интеллект

10. Какая из представленных компетенций не относится к «новым» навыкам персонала (руководителя):

- а) критическое мышление
- б) восприимчивость к новому и легкая обучаемость
- в) креативность и инициативность
- г). контроль качества и безопасности

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

1. Принципы менеджмента: классические и современные трактовки
2. Организация как открытая социально-экономическая система
3. Внутренняя среда организации как объект управления
4. Архитектура внешней среды организации в сфере рекламы и связей с общественностью
5. Свойства внешней среды организаций индустрии рекламы и связей с общественностью.
6. Достоинства и ограничения административных методов управления
7. Достоинства и ограничения экономических методов управления
8. Достоинства и ограничения психологических методов управления
9. Современные бизнес-модели управления в рекламе и связях с общественностью
10. Основные понятия и общая характеристика организационных структур управления.
11. Новые типы организационных структур: бирюзовые организации
12. Принципы корпоративной и социальной ответственности бизнеса. Этика профессиональной деятельности

13. Система сбалансированных показателей (ССП)
14. Общие функции менеджмента: прогнозирование и планирование.
15. Общие функции менеджмента. Функция координации.
16. Цифровые трансформации в управлении персоналом рекламной компании
17. Контроль как общая функция менеджмента. Комплаенс.
18. Концепция жизненного цикла организации и управление изменениями
19. Организационная культура: понятие и структурные составляющие
20. Мягкие навыки, как главный инструмент руководителя в условиях цифровой экономики
21. Методы стратегического менеджмента. SWOT-анализ в практике менеджмента.
22. Методы анализа внешней среды организации. PEST-анализ в практике менеджмента
23. Эффективность менеджмента в рекламе.
24. Социальная эффективность рекламного продукта и организации
25. Коммерческая эффективность рекламного продукта и организации