

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
 Должность: директор
 Дата подписания: 31.10.2022 15:53:37
 Уникальный программный ключ:
 880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01 «Современный менеджмент»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.01 «Современный менеджмент» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1	Способен определять приоритеты собственной деятельности и направления ее совершенствования на основе использования методов самоменеджмента
ОПК ОС-1	Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды	ОПК ОС-1.1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

В результате освоения дисциплины Б1.О.01 «Современный менеджмент» у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-6.1	на уровне знаний: методы и средства повышения творческой активности и самореализации персонала.
	на уровне умений: определение целей и задач творческого роста и саморазвития персонала, факторы профессионального роста и развития сотрудников.
	на уровне навыков: разработка планов и программ профессионального роста, творческого развития и самореализации персонала.
ОПК ОС-1.1	на уровне знаний: базовый инструментарий управления изменениями; базовые положения поведенческой экономики и причины ее формирования; существующие парадигма, подходы, концепции и модели менеджмента; бизнес модели и необходимость инновационного преобразования бизнес-моделей.

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	<p>на уровне умений: идентифицировать факторы среды, определяющие характеристики бизнес-моделей и моделей менеджмента; определять условия для эффективного применения бизнес-моделей и моделей менеджмента.</p> <p>на уровне навыков: навыками применения базовых выводов существующих подходов, концепций и моделей для практики менеджмента; навыками подбора и анализа традиционных бизнес-моделей и моделей менеджмента и адаптации их к условиям конкретных организаций в соответствии с их стратегией функционирования и развития; навыками системного анализа, стратегического анализа, экономического анализа для позиционирования организаций в национальных и глобальных рынках; навыками организации эффективной реализации принятых управленческих решений, отдельных проектов и программ; стратегических, тактических и оперативных планов функционирования и развития; владеть навыками использования существующих бизнес-моделей по основным направлениям деятельности(закупки, производство, продажи, финансы).</p>

Объем дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Менеджмент: современные тенденции.	УО, КР, Т, ПЗ
2. Трансформация планирования и контроля.	УО, КР, Т, ПЗ
3. Управление людьми в организациях.	УО, КР, Т, ПЗ
4. Культура организации.	УО, КР, Т, ПЗ
5. Лидерство.	УО, КР, Т, ПЗ
6. Инновационный менеджмент.	УО, КР, Т, ПЗ
7. Менеджмент знаний.	УО, КР, Т, ПЗ

Форма промежуточной аттестации: Зачет.

Основная литература:

1. Корягина, Инга Анатольевна. Современные проблемы теории управления [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / И. А. Корягина, М. В. Хачатурян. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2018. - 188 с.
2. Малюк, Владимир Иванович. Современные проблемы менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2018. - 192 с.

3. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг : монография / М. Ю. Горнштейн. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 404 с. - ISBN 978-5-394-03266-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081779>
4. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 380 с. - ISBN 978-5-9558-0311-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247039>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02 «Теория организации и организационное поведение»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.02 «Теория организации и организационное поведение» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1	Способен разрабатывать и совершенствовать организационную структуру, формировать и руководить командой проекта, использовать эффективные методы управления персоналом
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1	Способен осуществлять социальную политику и социальное развитие команды проекта, организации с учетом межкультурного взаимодействия
ОПК ОС-1	Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды	ОПК ОС-1.1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

ОПК ОС-3	Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-моделей	ОПК ОС-3.1	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии развития организации с использованием современных практик управления
----------	--	------------	--

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-3.1	на уровне знаний: основные формы и методы командной работы, виды стратегического управления персоналом, сотрудничества на разных уровнях управления.
	на уровне умений: определять факторы и методы формирования и повышения эффективности работы команды, факторы внешней и внутренней среды.
	на уровне навыков: планирование и организация работы команды, разработки индивидуальных и коллективных управленческих решений.
УК-5.1	на уровне знаний: принципы проведения и организации различных форм командной работы (круглого стола, дискуссии, мозгового штурма и т.д.); основные категории, понятия и проблемы социального и личностного развития человека; особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных проблем, возникающие в условиях существующей информационной среды современных социально-экономических систем.
	на уровне умений: навыками организации командной работы: делегировать полномочия и ответственность, распределять задачи и контролировать их выполнение, оценивать общий прогресс и эффективность групповой работы
	на уровне навыков: навыками формирования команд на принципах взаимодействия, с учётом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов проектной команды
ОПК ОС-1.1	на уровне знаний: знать основные понятия и модели организационного поведения; должен знать основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства, управления изменениями и конфликтами.
	на уровне умений: уметь выявлять перспективные направления научных исследований в области теории организации и организационного поведения, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования; должен уметь анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию.
	на уровне навыков: владеть экономическими методами анализа поведения организаций; должен владеть методикой построения организационно-управленческих моделей организации.
ОПК ОС-3.1	на уровне знаний: должен знать типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; роль стимулирования, коммуникаций, организационной культуры в управлении поведением людей в организации.
	на уровне умений: должен уметь диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию; применять системный подход при изучении функционирования и при прогнозировании будущего организации; прогнозировать поведение индивидов в организации, в том числе в многонациональных компаниях.
	на уровне навыков: должен владеть навыками разработки и реализации на практике новых моделей организационного поведения; современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в международной организации; технологиями анализа проблем современной компании и прогнозирования будущего организации.

Объем дисциплины: 3 зачетных единиц 108 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Системные основы исследования и моделирования организационного поведения в организациях различного типа	КЗ, УО, Р(С)
Типы организаций и их структура	КЗ, УО, Р(С)
Взаимовлияние внешней и внутренней сред организаций. Основные принципы моделирования внутренней среды организации с заданными параметрами и гарантированным результатом	КЗ, УО, Р(С)
Стартовые условия моделирования организационного поведения и норма организационного поведения. Девиантное поведение: организационные и поведенческие патологии и методы их устранения или преодоления	КЗ, УО, Р(С)
Методология и технология моделирования организационного поведения	КЗ, УО, Р(С)
Макротехнология – организационная архитектура и организационное зодчество: типы моделей организационного поведения	КЗ, УО, Р(С)
Гибридизация моделей организационного поведения	КЗ, УО, Р(С)
Моделирование структурно-смысловой схемы организации в будущем	КЗ, УО, Р(С)
Формирование итоговой модели организационного поведения и программы организационного развития (или трансформации)	КЗ, УО, Р(С)

Форма промежуточной аттестации: Зачет.

Основная литература:

1. Карташова, Лариса Васильевна. Организационное поведение : учебное пособие / Л. В. Карташова ; Институт экономики и финансов "Синергия". - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 157 с. - (Серия учебников для программы MBA (Master of Business Administration)) . - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993461> – Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-002154-6.- Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=367711>.
2. Латыпова, Мария Михайловна. Теория организации : практикум : учебное пособие / М.М. Латыпова. - Москва : МИСиС, 2019. - 44 с. : ил. - Текст : электронный. - URL: <https://e.lanbook.com/book/116918> - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-907061-21-7.- Текст: электронный. - URL: <https://e.lanbook.com/book/116918?category=1029>.

3. Теория организации и организационное поведение. Теория организации [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / [В. Г. Антонов и др.] ; под ред. Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. - 2-е изд. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2019. - 156 с. - (Серия: "Бакалавр и магистр. Модуль") . - Загл. с экрана. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433605> - ISBN 978-5-534-01187-6.- Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/teoriya-organizacii-433605>.

4. Теория организации: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. Р. Латфуллин [и др.] ; под редакцией Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 156 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-01187-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433605>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.03. «Современные коммуникации в менеджменте»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.03. «Современные коммуникации в менеджменте» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен вести деловое общение, осуществлять коммуникации в устной и письменной формах для академического и профессионального взаимодействия

ОПК ОС-4	Способен выполнять научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях	ОПК ОС-4.1	Способен применять современные коммуникативные технологии, методы обобщения и критического анализа при проведении научных исследований в менеджменте и смежных областях
----------	--	------------	---

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-4.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • социокультурные нормы бытового и делового общения, а также правила речевого этикета; • знать специфику коммуникаций в деловой сфере; основные виды и формы деловых коммуникаций; особенности различных видов делового общения; правовые и этические основы деловых коммуникаций; • правила построения и оформления текстов документов и устных публичных выступлений; • специфику коммуникаций в деловой сфере; основные виды и формы деловых коммуникаций; основные законы и правила деловой коммуникации в устной и письменной форме, виды деловых писем и документов, фиксирующих социально-правовые отношения, принципы построения и методики оценки публичного выступления в рамках устной PR-коммуникации и письменных форм PR-текстов. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подбирать необходимые методы и средства для осуществления делового общения; • разрабатывать структуру деловой беседы, презентаций, переговоров, публичного выступления как коммуникативного процесса; • оценивать влияние выбранной психологической позиции на эффективность в общении; • применять правила деловой коммуникации в устной и письменной форме в профессиональной сфере, составлять документацию, осуществлять выбор языковых средств и композиционных форм для конструирования публичного выступления и PR-текстов в соответствии с профессиональными задачами. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки построения устной и письменной речи; навыками лингвистического оформления текста любой жанровой разновидности; • навыки литературного редактирования устного и письменного текста и редакторской обработки текстов в соответствии с нормами, стандартами,

Код компонента компетенции	Результаты обучения
	<p>форматами, стилями, технологическими требованиями;</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки ведения межличностной и деловой коммуникации, убеждения и мотивации персонала, сбора информации, выделения главного и второстепенного в полученных данных; • навыки эффективных коммуникаций и самопрезентации в условиях межличностной и массовой коммуникации; • навыки целостного восприятия и анализа письменных и устных иноязычных текстов; • навыки самостоятельного овладения языком.
ОПК ОС-4.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • качественные и количественные методы анализа для проведения прикладных исследований и деловых коммуникаций.
	<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • готовить аналитические материалы по результатам применения количественных и качественных методов исследования с целью коммуникационного взаимодействия.
	<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • аналитическим инструментарием для проведения прикладных исследований и управления бизнес-коммуникациями.

Объем дисциплины: 2 зачетных единиц 72 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Виды деловых коммуникаций.	УО, КР
2. Формы делового публичного выступления.	УО, КР
3. Топика и аргументация.	УО, КР
4. Техники убеждения.	УО, КР
5. Композиция речи.	УО, КР
6. Невербальная коммуникация.	УО, КР
7. Интонации, темп, громкость, эмоции и подтексты.	УО, КР
8. Диалог.	УО, КР
9. Нетворкинг и аттракция.	УО, КР
10. Совещания и переговоры.	УО, КР

Форма промежуточной аттестации: Зачет.

Основная литература:

5. Смехов Л.В. Популярная риторика - М.: АСТ, 2018
6. Уильямс Г., Миллер Р., Чалдини Р. и др. Эффективные коммуникации: пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2018.
7. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны"): уч. Пособие М.: Дашков и Ко/ // ЭБС "Университетская библиотека online", 2017 - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>
8. Шарков, Феликс Изосимович. Коммуникология. Основы теории коммуникации: учебник для студентов вузов, обуч. по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 4-е изд. - М. : Дашков и К°, 2017 - 488 с

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.04 «Финансовый менеджмент и корпоративные финансы»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.04 «Финансовый менеджмент и корпоративные финансы» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК ОС-1	Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды	ОПК ОС-1.2	Способен диагностировать проблемную ситуацию, предложить управленческое решение с учетом трендов внешней среды, на основе современной теории, используя инструменты бенчмаркинга

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК ОС-1.2	<p>на уровне знаний: знать категории и концепции теории финансов, понятия, содержание и виды финансовой, инвестиционной, кредитной и дивидендной политик; базовые модели и принципы принятия решений по финансированию, инвестированию и использованию финансовых ресурсов, инструментов их привлечения; показатели оценки финансовых результатов, финансового состояния и методы их вычисления;</p> <p>действующие нормативные документы и методические материалы, регулирующие деятельность корпораций в области финансовых отношений.</p>
	<p>на уровне умений: рассчитывать на основе типовых методик финансово-экономические показатели, анализировать, обобщать и интерпретировать финансовую, статистическую и иную информацию.</p>
	<p>на уровне навыков: способами оценки с учетом действующей нормативно-правовой базы стратегических и тактических мероприятий в области привлечения, распределения и использования денежных средств, обеспечивающих устойчивое развитие корпорации; способность использовать результаты экономических расчетов при принятии решений в области корпоративных финансов.</p>

Объем дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Корпоративное управление и корпоративные финансы	О, Д, РЗ
Инвестирование в финансовые активы	О, Д, РЗ
Инвестирование в реальные активы	О, Д, РЗ
Долгосрочные источники финансирования	О, Д, РЗ
Структура капитала и дивидендная политика корпорации	О, Д, РЗ
Матричное моделирование финансовых стратегий	О, Д, РЗ

Форма промежуточной аттестации: Экзамен.

Основная литература:

1. Кандрашина, Елена Александровна. Финансовый менеджмент : учебник / Е.А. Кандрашина. - 2-е изд.. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 200 с. : ил. - Текст : электронный. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/79827.html> - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-4486-0461-4.- Текст: электронный. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/79827.html>
2. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03726-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468698>

3. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03727-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472716>
4. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент : учебник и практикум для вузов / Т. В. Погодина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03375-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468899>
5. Финансовый менеджмент в EXCEL : учебник / [Е.А. Федорова, Л.И. Черникова, М.П. Лазарев и др.] : под общ. ред. Е.А. Федоровой. - Москва : КноРус, 2021. - 421 с. - (Магистратура) . - Текст : электронный // ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/938389> - ISBN 978-5-406-07863-1.- Текст: электронный. - URL: <https://www.book.ru/book/938389>
6. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.]; ответственный редактор А. З. Бобылева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 547 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10101-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470328>
7. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.]; под редакцией А. З. Бобылевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10159-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470329>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.05 «Методы исследований в менеджменте»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.05 «Методы исследований в менеджменте» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК ОС-2	Способен применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	1. ОПК ОС-2.1	Способен применять современные методы исследований, использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения профессиональных задач
ОПК ОС-4	Способен выполнять научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях	2. ОПК ОС-4.1	Способен применять современные коммуникативные технологии, методы обобщения и критического анализа при проведении научных исследований в менеджменте и смежных областях

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК ОС-2.1	на уровне знаний: современные теории, концепции, методы и инструменты управления организациями, подразделениями, группами сотрудников, проектами и сетями; современных концепций социальной ответственности и этических норм; правил поведения в нестандартных ситуациях на основе социальных и этических норм.
	на уровне умений: анализировать существующие формы организации и управления, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию; использовать полученную информацию для обоснования управленческих решений; анализировать существующие формы организации управления, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию. использовать методы поддержки принятия управленческих решений в условиях неопределенности и риска; вырабатывать решения в нестандартных ситуациях.
	на уровне навыков: навыками поиска, анализа и оценки информации для подготовки управленческих решений; навыками поиска, анализа и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений; навыками поиска, анализа и оценки информации для подготовки управленческих решений; навыками поиска, анализа и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений; способностью адекватно реагировать на нестандартные ситуации.
ОПК ОС-4.1	на уровне знаний: методы обобщения информации, получаемой в ходе исследовательской работы; методологию и методы научно-исследовательской деятельности в менеджменте.
	на уровне умений: самостоятельно получать новые знания на основе анализа информации в процессе подготовки научного отчета, статьи или доклада; интерпретировать результаты научно-исследовательской работы на основе обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем менеджмента.
	на уровне навыков: навыками обоснования актуальности и практической значимости

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	избранной темы научного отчета, статьи или доклада; навыками осуществления научно-исследовательской работы на основе обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем менеджмента, полученных отечественными и зарубежными исследователями.

Объем дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Методологические основы исследований в менеджменте	О, Т
Системный подход в менеджменте	О, Т
Виды исследований	О, Т
Количественные методы исследований в менеджменте	О, Т
Методы исследования внешней и внутренней среды организации	О, Т
Моделирование как метод исследований в менеджменте	О, Т
Качественные методы исследования в менеджменте	О, Т

Форма промежуточной аттестации: Зачёт.

Основная литература:

1. Коротков, Э. М. Исследование систем управления : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7647-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469008>
2. Крылатков, П. П. Исследование систем управления : учебное пособие для вузов / П. П. Крылатков, Е. Ю. Кузнецова, С. И. Фоминых. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08367-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473569>
3. Рой, О. М. Методология научных исследований в экономике и управлении : учебное пособие для вузов / О. М. Рой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 209 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14167-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467963>

Б1.О.06 «Стратегический менеджмент и стратегический анализ»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.06 «Стратегический менеджмент и стратегический анализ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1	Способен решать задачи стратегического анализа организации и внешней среды для выработки стратегии действий
ОПК ОС-2	Способен применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК ОС-2.2	Способен отбирать необходимую и достаточную, релевантную информацию, использовать методы, адекватные предмету исследования; уверенно пользоваться современными информационными технологиями
ОПК ОС-3	Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-моделей	ОПК ОС-3.1	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии развития организации с использованием современных практик управления
ОПК ОС-3		ОПК ОС-3.2	Способен разрабатывать программу действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели

В результате освоения дисциплины Б1.О.06 «Стратегический менеджмент и стратегический анализ» у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1.1	на уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • знать принципы, способы стратегического анализа для принятия обоснованных стратегических решений
	на уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • уметь использовать приемы стратегического анализа при исследовании стратегического потенциала и уровня стратегической гибкости хозяйствующих субъектов
	на уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> • владеть способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу стратегических проблем организации
ОПК ОС-2.2	на уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • принципы стратегического и проектного менеджмента; • современное состояние проектно-ориентированного подхода и возможности его развития; • принципы и методы стратегического анализа.
	на уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • организовывать работу по разработке стратегии и реализации проектов; • разрабатывать комплексный план управления проектом; • организовывать процессы мониторинга, контроля и корректировки проекта; • организовывать процессы завершения проекта.
	на уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> • владеть методами экономического и стратегического анализа составления аналитических материалов для оценки мероприятий
ОПК ОС-3.1	на уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • знать количественные и качественные методы современного стратегического анализа в целях проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами
	на уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • уметь проводить прикладные исследования и готовить аналитические материалы, используя количественные и качественные методы современного стратегического анализа и управления бизнес-процессами
	на уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> • владеть аналитическим инструментарием современного стратегического анализа для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами
ОПК ОС-3.2	<p style="text-align: center;">на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знает принципы построения действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели
	<p style="text-align: center;">на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • уметь реализовывать программы действий по освоению инновационных

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели
	<p style="text-align: center;">на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеет навыками построения действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели

Объем дисциплины: 4 зачетные единицы, 144 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Стратегический менеджмент и стратегическая конкурентоспособность	КЗ
Внешнее окружение фирмы: возможности, угрозы, конкуренция и конкурентный анализ	КЗ
Внутреннее окружение фирмы: ресурсы, способности и ключевая компетенция	КЗ
Стратегии функционального уровня	КЗ
Стратегии бизнес-уровня	КЗ
Конкурентное соперничество и динамика конкуренции	КЗ
Стратегии корпоративного уровня: вертикальная интеграция и диверсификация	КЗ
Поглощение и реструктуризация фирм	КЗ

Форма промежуточной аттестации: Экзамен, курсовой проект.

Основная литература:

1. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 270 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7127-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/420919>
2. Грант Р. Современный стратегический анализ: пер. с англ. – СПб: Питер, 2018.
3. Курс MBA по стратегическому менеджменту [Электронный ресурс] / Айзенштат Расселл [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, Альпина Бизнес Букс, 2016. — 586 с. — 978-5-9614-0573-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43678.html>
4. Ляско А.К. Стратегический менеджмент. Современный учебник. - М.: ИД «Дело», 2013.
5. Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для бакалавриата и магистратуры / О. П. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 261 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-00757-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/413>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.07 «Проектный подход в менеджменте»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент

в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.07 «Проектный подход в менеджменте» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1	Способен осуществлять комплексное планирование проекта
ОПК ОС-3	Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-моделей	ОПК ОС-3.2	Способен разрабатывать программу действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели
ОПК ОС-4	Способен выполнять научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях	ОПК ОС-4.2	Способен подготовить и защитить научно-исследовательский проект в рамках учебного процесса магистратуры

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-2.1	на уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы и основные положения проектного подхода; • место проектно-ориентированного подхода в менеджменте; • кибернетическую трактовку управления; • современное состояние проектно-ориентированного подхода и возможности его развития.
	на уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные положения проектного подхода для решения профессиональных задач.
	на уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> • навыками и способностями применения методов и инструментов проектного подхода при решении профессиональных задач.
ОПК ОС-3.2	•
	на уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • давать комплексную оценку положению организации в рыночной среде; • применять методический инструментарий управления проектом или приобретенные знания и навыки на практике; • проводить анализ внешней и внутренней среды организаций в условиях

	<p>международного бизнеса и использовать полученные данные для принятия эффективных организационно-управленческих решений;</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять поэтапный процесс подготовки международного проекта (инновационного, инвестиционного, проекта исследования и развития) и управления им; • использовать основные методы разработки, анализа и оценки проектных решений в профессиональной деятельности.
	<p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специальной терминологией, основными технологиями и процедурами регулирования организационных отношений; • методикой разработки и обоснования проекта и навыками управления проектом в процессе его реализации; • основными методами и приемами управления различного рода международными проектами (инновационными, инвестиционными, проектами исследования и развития) в различных сферах национальной экономики.
ОПК ОС-4.2	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знать современную методологию и технологию управления проектами; • ключевые нормативные акты, регламентирующие проектную деятельность.
	<p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • уметь разделять деятельность на отдельные взаимосвязанные задачи.
	<p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеть специальной терминологией проектной деятельности.

Объем дисциплины: 2 зачетных единиц 72 академ.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
История развития управления проектами	УО
Международные и национальные стандарты управления проектами	УО
Основные методологии управления проектами	УО
Оценка компетентности и сертификация по управлению проектами	УО
Понятия «проект» и «управление проектом», классификация проектов	УО, КР
Окружение проекта	УО, КР, ПЗ
Участники проекта	УО, КР
Жизненный цикл проекта	УО, КР, Т

Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачет.

Основная литература:

9. Зуб, Анатолий Тимофеевич. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. - Москва : Юрайт, 2021. - 422 с. - (Высшее образование) . - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

- <https://urait.ru/bcode/> - ISBN 978-5-534-00725-1.- Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-proektami-469084>.
10. Коул, Роб. Блистательный Agile : Гибкое управление проектами с помощью Agile, Scrum и Kanban : [пер. с англ.] / Роб Коул, Эдвард Скотчер. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2019. - 304 с. - (Серия "IT для бизнеса") . - Текст: электронный. - URL: <http://new.ibooks.ru/bookshelf/359226/reading> - ISBN 978-5-4461-1051-3.
11. Управление программными проектами : учебное пособие для вузов / [В. Е. Гвоздев, А. Р. Исхаков, Р. Р. Курунова и др.] ; под редакцией Р. Ф. Маликова. - Москва : Юрайт, 2021. - 167 с. - (Высшее образование) . - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477333> - ISBN 978-5-534-14329-4.- Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-programmnyimi-proektami-477333>.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01 Иностранный язык профессиональных коммуникаций

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.01 «Иностранный язык профессиональных коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2	Способен организовывать и осуществлять коммуникативное взаимодействие в профессиональной и академической среде на русском и иностранном языках
ПКс-1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-1.2	Способен использовать методологические основы организации и проведения консалтинга

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Коммуникационная деятельность в бизнесе:	УК-4.2	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> особенности системы изучаемого иностранного языка в его фонетическом, лексическом и грамматическом аспектах (в сопоставлении с родным языком); социокультурные нормы бытового и делового общения, а также правила речевого этикета, позволяющие специалисту эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире; правила построения и оформления текстов документов и устных публичных выступлений.
<ul style="list-style-type: none"> подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. 		На уровне умений:

		<ul style="list-style-type: none"> • осуществлять отбор вариантов в соответствии с жанром речи и ситуацией коммуникации; • грамотно строить устную и письменную речь; работать в коллективе, управлять внутренними коммуникациями. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки построения устной и письменной речи; навыками лингвистического оформления текста любой жанровой разновидности; • навыки эффективных коммуникаций и самопрезентации в условиях межличностной и массовой коммуникации; • навыки целостного восприятия и анализа письменных и устных иноязычных текстов; • навыки самостоятельного овладения языком.
<p>Обеспечение сбора и анализа информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение и анализ информационных баз данных и СМИ; • подготовка информационных и информационно-аналитических материалов. <p>Коммуникационная деятельность в бизнесе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта. 	ПКс-1.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять выбор языковых средств и композиционных форм для конструирования выступления в рамках делового общения в соответствии с задачами общения и спецификой знаковой ситуации; • создавать и редактировать тексты для публичного выступления в профессиональной сфере; • выбрать целесообразный жанр устной коммуникации с учетом специфики знаковой ситуации.

Объем дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 акад. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Организационная структура и процессы	УО*, ПР**
2. Барьеры в эффективной коммуникации	УО*, ПР**
3. Улучшение коммуникации в организации	УО*, ПР**
4. Процесс принятия решения	УО*, ПР**
5. Отбор сотрудников. Обучение персонала	УО*, ПР**
6. Оценка качества работы сотрудников	УО*, ПР**
7. Перевод и реферирование профессионального текста	ПР**

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 3 семестр.

Основная литература:

1. English for Businessmen, Workbook / Г. А. Дудкина [и др.]– М.: Изд-во Филоматис, 2010. – 167 с.
2. English for Businessmen, части 1-3. / Г. А. Дудкина [и др.]. – М.: Изд-во Филоматис, 2010. – 383 с.
3. Paul Emmerson. Business Grammar Builder. – MACMILLAN, 2010.
4. Paul Emmerson. Business Vocabulary Builder, Intermediate to Upper Intermediate – Macmillan, 2010 – 176 с
5. Ганц Н.В., Лихоманова Л.Ф. Английский язык для государственных служащих и управленцев: Учебное пособие. Изд. 2-е. – СПб.: Издательство СЗАГС, 2011. – 184 с.
6. Рыжков Е.Н. Практикум по грамматике английского языка: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011. – 128 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 Программные средства управления проектами

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.02 «Программные средства управления проектами» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс-5	Способен организовать и проконтролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-5.1	Создает научно-аналитические тексты для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Обеспечение сбора и анализа информации: <ul style="list-style-type: none"> • изучение и анализ информационных баз данных и СМИ; • подготовка информационно-аналитических материалов. Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности: <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; 	ПКс-5.1	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы, принципы, методы и процедуры проведения прикладных исследований и обработки их результатов.
		На уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • анализировать и интерпретировать данные для решения прикладных задач в области стратегического управления.
		На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампании; • применять современные методы проведения прикладных исследований, обработки их результатов, а также подготовки отчетных

• консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента.	материалов.
---	-------------

Объем дисциплины: 2 зачетных единицы, 72 акад. часа.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Обзор программных средств управления проектами	УО*
2. Программные продукты управления проектами	УО*, КЗ**
3. Особенности проектного подхода при разработке информационных технологий и программного обеспечения	УО*, Т****
4. Оценка компетентности и сертификация по управлению проектами	УО*, КЗ**
5. Понятия «проект» и «управление проектом», классификация проектов	УО*, КР***
6. Окружение проекта	УО*, КР***
7. Участники проекта	УО*, КР***
8. Жизненный цикл проекта	УО*, КР***

Форма промежуточной аттестации: Зачет – 2 семестр

Основная литература:

- Управление проектами : учебник для бакалавров / А. И. Балашов [и др.] ; под ред. Е. М. Роговой; НИУ ВШЭ. - М. : Юрайт, 2014. - 383 с.
- Управление проектами. Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов. – М: ЗАО «Проектная практика», 210 – 256 с.
- Управление проектами: учебное пособие. / Суслов Е.Ю., Овчинникова Н.М.– СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015.– 130 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.03 «Копирайтинг. Искусство текстовой коммуникации»**

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент

в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.03 «Копирайтинг. Искусство текстовой коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2	Способен организовывать и осуществлять коммуникативное взаимодействие в профессиональной и академической среде на русском и иностранном языках
ПКс 1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКС-1.2	Способен использовать методологические основы организации и проведения консалтинга

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Коммуникационная деятельность в бизнесе: <ul style="list-style-type: none"> • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. 	УК-4.2	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • основные нормы современного русского литературного языка и принципы их применения; • правила построения и оформления текстов документов и устных публичных выступлений
		На уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять отбор вариантов в соответствии с жанром речи и ситуацией коммуникации; • грамотно строить устную и письменную речь; работать в коллективе, управлять внутренними коммуникациями.
		На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> • навыки построения устной и письменной речи; навыками лингвистического оформления текста любой жанровой разновидности; • навыки литературного редактирования устного и письменного текста и редакторской обработки текстов в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями; • навыки эффективных коммуникаций и самопрезентации в условиях межличностной и массовой коммуникации; • навыки самостоятельного овладения языком.
Обеспечение сбора и анализа информации: <ul style="list-style-type: none"> • изучение и анализ информационных баз данных и СМИ; • подготовка информационных информационно-аналитических материалов. 	ПКС-1.2	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять выбор языковых средств и композиционных форм для конструирования выступления в рамках делового общения в соответствии с задачами общения и спецификой знаковой ситуации; • создавать и редактировать тексты для публичного выступления в профессиональной сфере; • выбрать целесообразный жанр устной коммуникации с учетом специфики знаковой ситуации.
		На уровне умений:

Коммуникационная деятельность в бизнесе: • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. Управление работами в подразделении организации: • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта.	<ul style="list-style-type: none"> • умение обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний.
	На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> • навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском языке, в том числе навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний; • навыки литературного редактирования устного и письменного текста и редакторской обработки текстов в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями.

Объем дисциплины: 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Текст как составляющая процесса коммуникации	УО*, Т****
Искусство порождения текста в письменной коммуникации	УО*, КЗ**
Искусство порождения текста в устной коммуникации	УО*, КЗ**

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 2 семестр.

Основная литература:

1. Короткина И.Б. Академическое письмо [Электронный ресурс]: процесс, продукт и практика: учебное пособие для вузов / И.Б. Короткина. – Электрон. дан. – М.: Юрайт, 2016.
2. Селезнева Л.В. Подготовка рекламного и PR-текста [Электронный ресурс]: учеб. пособие для вузов / Л.В. Селезнева. – Электрон. дан. – М.: Юрайт, 2017.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 «Управление репутацией компании в сфере интернет»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

1.1. Дисциплина Б1.В.04 «Управление репутацией компании в сфере интернет» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс2	Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование репутационной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-2.1	Способен использовать методологические основы формирования репутационной стратегии
		ПКс-2.2	Способен применять алгоритм разработки системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта
ПКс 4	Способен организовать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 4.1	Способен использовать методологические основы построения стратегии продвижения
		ПКс 4.2	Способен применять алгоритм разработки системы показателей, характеризующих реализацию стратегии продвижения компании

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики; разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; оценка эффективности 	ПКс-2.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; методы клиентского сервиса в связях с общественностью; теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры управления организациями, коллективами, проектами; представления о современной системе документационного обеспечения работы в сфере рекламы и связей с общественностью; основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа; механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения; основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа;

<p>коммуникативных мероприятий и кампаний.</p> <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Разработка и реализация стратегий развития организаций (подразделений):</p> <ul style="list-style-type: none"> • формулировка целей, задач и ожидаемых результатов стратегического планирования, координация работ по стратегическому планированию; • организация внутренних коммуникаций в ходе стратегического планирования; • оценка качества и эффективности процессов стратегического планирования, в том числе в области репутационного менеджмента и имидж-политики. 		<p>категориально-понятийный аппарат в сфере формирования деловой репутации;</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценивать потребительские инсайты согласно разработанного рекламного и пиар продукта; • формировать основные разделы плана проекта при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; • применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов; • выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки планирования и организации информационных массовых кампаний; владением методами проектирования программ и отдельных событийных мероприятий, рекламных, информационных и пропагандистских кампаний; • владеть компьютерными программами организации проектной деятельности; • навыки использования современных методов и процедур управления для решения стратегических задач организации, в том числе с использованием информационных технологий; • навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
<p>Обеспечение сбора и анализа информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение и анализ информационных баз данных и СМИ; <ul style="list-style-type: none"> • подготовка информационных и информационно-аналитических материалов. <p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p>	<p>ПКс-2.2</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы, принципы, методы и процедуры проведения прикладных исследований и обработки их результатов, в том числе экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать и интерпретировать данные для решения прикладных задач в области стратегического управления. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки использования современных методов и процедур проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, в том числе с использованием информационных технологий.

<ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики. 		
<p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики; разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; <ul style="list-style-type: none"> оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Разработка и реализация стратегий развития организаций (подразделений):</p> <ul style="list-style-type: none"> формулировка целей, задач и ожидаемых результатов стратегического планирования, координация работ по стратегическому планированию; организация внутренних коммуникаций в ходе стратегического планирования; оценка качества и эффективности процессов стратегического планирования, в том числе в области репутационного менеджмента и имидж-политики. 	ПКс 4.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> положения и принципы общенаучного уровня методологии УП УР СЭС, законы сохранения и изменения в системе «природа – общество – человек», модели управления развитием в системе «потребление – производство – окружающая среда»; теоретические основы, принципы, методы и процедуры экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> находить применение законов и принципов общенаучного уровня методологии УП УР СЭС в управлении бизнес-процессами предприятий/организации. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыки использования современных методов и процедур проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, в том числе с использованием информационных технологий.
<p>Способен применять алгоритм разработки системы показателей, характеризующих реализацию стратегии продвижения компании</p>	ПКс 4.2	<p>На уровне знаний:</p> <p>Знать алгоритмы разработки системы показателей, характеризующих реализацию стратегии продвижения компании</p> <p>На уровне умений:</p> <p>Уметь разрабатывать систему показателей, характеризующих реализацию стратегии продвижения компании</p> <p>На уровне навыков:</p> <p>Использовать алгоритмы разработки системы показателей, характеризующих реализацию стратегии продвижения компании</p>

Объем дисциплины: 10 зачетных единицы, 360 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Интернет-исследования для специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью	2. УО*, КЗ**, Т****

3. Рекламная кампания в Интернете	4. УО*, КЗ**, П***
5. SERM – поисковое управление репутацией в социальных сетях и блогах. ORM – управление репутацией онлайн	6. УО*, КЗ**
7. SEO-консалтинг: продвижение компании в поисковых системах	8. УО*, КЗ**, П***
9. Репутационные интернет-риски и корпоративный сайт компании	10. УО*, КЗ**, КП*****

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой – 2 семестр, курсовой проект – 2.

Основная литература:

1. Байков, Владимир Д. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов [Электронный ресурс] / Владимир Байков. - СПб. : БХВ-Петербург, 2014. - 288 с.
2. Продвижение порталов и интернет-магазинов [Электронный ресурс] : практ. рук. для маркетологов и ру. бизнеса / Леонид Гроховский [и др.]. - Электрон. дан. - СПб.[и др.] : БХВ-Петербург, 2014. - 224 с.
3. Сальникова, Людмила Сергеевна. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: учебник для слушателей магистратуры и программ МВА : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"] / Л. С. Сальникова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) МИД России. - М. : Аспект Пресс, 2015. - 295 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 «Организация публичных мероприятий»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.05 «Организация публичных мероприятий» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс 2	Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование репутационной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 2.2.	Способен применять алгоритм разработки системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта
ПКс 3	Способен составить	ПКс 3.1.	Способен использовать инструменты и

	стратегию продвижения проекта и его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		технологии организации публичных мероприятий
--	--	--	--

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики; разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оптимизация коммуникационных процессов в организации. 	ПКс 2.2.	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры управления организациями, коллективами, проектами. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> формировать основные разделы плана проекта при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыки планирования и организации информационных массовых кампаний; владением методами проектирования программ и отдельных событийных мероприятий, рекламных, информационных и пропагандистских кампаний; выстраивать систему взаимоотношений с отделами агентства с целью формирования цепочки ценности
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность 	ПК-3.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> виды проектной документации на этапах проведения коммуникационных кампаний; методы оценки эффективности проектной деятельности в коммуникационных кампаниях; современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> разрабатывать проектную документацию на

<p>клиента.</p> <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. 		<p>этапах проведения коммуникационных кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать современные методы управления финансами в планировании экономической эффективности организации; • формулировать выводы по результатам оценки эффективности использования капитала корпорации. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампании; • выявлять и формулировать проблемы, которые можно предупредить с помощью анализа финансового состояния корпорации; • навыки использования современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.
--	--	---

Объем дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. История развития публичных мероприятий в России и мире	УО*
2. Понятие, сущность и формы публичных мероприятий	УО*
3. Подбор персонала и управление командой публичных мероприятий	УО*
4. Медиарелейшнз публичных мероприятий	УО*, КЗ**, П***
5. Организация мероприятий в сфере политики и государственного управления	УО*, КЗ**
6. Внутрикорпоративные мероприятия	УО*, КЗ**, П***, Т****

Форма промежуточной аттестации: Зачет – 2.

Основная литература:

1. Кастельс, Мануэль. Власть коммуникации : [учеб. пособие] / Мануэль Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевиц, А. А. Архиповой ; под науч. ред. А. И. Черных ; [Нац. исслед. ун-т Высш. шк. экономики]. - 2-е изд., доп. - М. : Издат. дом Высш. шк. экономики, 2017. - 591 с.
2. Публичные ценности и государственное управление / [А. Баджпай и др.] ; под ред. Л. В. Сморгунова, А. В. Волковой ; С.-Петербург. гос. ун-т. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 399 с.
3. Управление публичной политикой / [В. В. Абрамов и др.] ; под ред. Л. В. Сморгунова ; С.-Петербург. гос. ун-т, Исслед. ком. 48 "Адм. культура" Междунар. ассоц. полит. науки, Исслед. ком. по сравнит. политологии Рос. ассоц. полит. науки. - М. : Аспект Пресс, 2015. - 319 с.
4. Чумиков, Александр Николаевич. Переговоры-фасилитация-медиация : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"] / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 158 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.06 «Современные креативные технологии»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.06 «Современные креативные технологии» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс3	Способен составить стратегию продвижения проекта и его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс3.2	Способен использовать алгоритмы построения клиентского консалтинга
ПКс5	Способен организовать и проконтролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс5.2	Способен разрабатывать научно обосновывать креативную компоненты в стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики; разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Разработка и реализация стратегий</p>	.2 ПКс3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> основные законы построения креативной стратегии разработки рекламного и пиар продукта
		<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> осуществлять выбор креативных техник для разработки рекламного и пиар продукта; оценивать потребительские инсайты согласно разработанного рекламного и пиар-продукта
		<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыками применения техник креативного мышления и методик анализа рекламного и пиар продуктов

<p>развития организаций (подразделений):</p> <ul style="list-style-type: none"> • формулировка целей, задач и ожидаемых результатов стратегического планирования, координация работ по стратегическому планированию; • организация внутренних коммуникаций в ходе стратегического планирования; • оценка качества и эффективности процессов стратегического планирования, в том числе в области репутационного менеджмента и имидж-политики. 		
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Обеспечение системы стимулирования, мотивации и развития сотрудников в коллективе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение внутреннего маркетинга и моделирование корпоративной культуры организации. 	<p>5.2</p> <p>ПКс</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования коммуникационных систем; • сущность, функции и классификацию имиджа, а также механизмы формирования имиджа и его активов; • принципы и этапы разработки стратегии продвижения товара, стратегии и тактики продаж, организации рекламной кампании, разработки логотипа, слогана и основные методики оценки имиджа. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ориентироваться в формировании имиджа посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; • использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при создании и реализации имиджа компании; • осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по трансформации имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки по созданию, планированию и формированию имиджа навыками организации и оперативного планирования своей деятельности, а также деятельности фирмы и организации; • навыки прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации.

Объем дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Техники креативного мышления	УО*, КЗ**
2. Креативный бриф	УО*, КЗ**
3. Brand idea: от задумки до реализации	УО*, КЗ**, КП***

Форма промежуточной аттестации: Зачет – 3 семестр, курсовой проект – 3 семестр.

Основная литература:

1. Кэтмелл, Эд. Корпорация гениев [Электронный ресурс] : Как управлять командой творческих людей : [пер. с англ.] / Эд Кэтмелл, Эми Уоллес. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 344 с.
2. Кэтмелл, Эд. Креативная компания : как управлять командой творческих людей : пер. с англ. / Эд Кэтмелл при участии Эми Уоллес. - М. : Альпина Паблишер [и др.], 2015. - 343 с.
3. Мередит, Джек Р. Управление проектами [Электронный ресурс] / Дж. Мередит, С. Мантел (мл.). – СПб. [и др.]: Питер, 2015. (idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=342035)
4. О'Коннор, Джозеф. Искусство системного мышления : Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем [Электронный ресурс] / Джозеф О'Коннор и Иан Макдермотт ; пер. с англ. [Б. Пинскера]. - 9-е изд. - Электрон. дан. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 255 с.
5. Рос, Джей. Алгоритмы эффективной работы [Электронный ресурс] / Джей Рос, Ричард Темплар ; [пер. с англ. Б. Пинскер, П. Тимофеев]. - Электрон. дан. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 227 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 «Система управления отношениями с клиентом и клиентский консалтинг в рекламе и связях с общественностью»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс 1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 1.2	Способен использовать методологические основы организации и проведения консалтинга
ПКс 3	Способен составить стратегию продвижения проекта и его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 3.2	Способен использовать алгоритмы построения клиентского консалтинга

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности: • организация экспертизы решений и	ПК-1.2	На уровне знаний: • методы клиентского сервиса в связях с общественностью.

<p>консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики;</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация коммуникационных процессов в организации. 		<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеть компьютерными программами организации проектной деятельности; • навыки использования современных методов и процедур управления для решения стратегических задач организации, в том числе с использованием информационных технологий.
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Разработка и реализация стратегий развития организаций (подразделений):</p> <ul style="list-style-type: none"> • формулировка целей, задач и ожидаемых 	<p>ПКс 3.2</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные законы построения креативной стратегии разработки рекламного и пиар продукта; • технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; • методы клиентского сервиса в связях с общественностью; • теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры управления организациями, коллективами, проектами; • представления о современной системе документационного обеспечения работы в сфере рекламы и связей с общественностью; • основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа; • механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения; • основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа, категориально-понятийный аппарат в сфере формирования деловой репутации.

<p>результатов стратегического планирования, координация работ по стратегическому планированию;</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация внутренних коммуникаций в ходе стратегического планирования; • оценка качества и эффективности процессов стратегического планирования, в том числе в области репутационного менеджмента и имидж-политики. 	<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формировать основные разделы плана проекта при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; • применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов; • выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки планирования и организации информационных массовых кампаний; владением методами проектирования программ и отдельных событийных мероприятий, рекламных, информационных и пропагандистских кампаний; • владеть компьютерными программами организации проектной деятельности; • навыки использования современных методов и процедур управления для решения стратегических задач организации, в том числе с использованием информационных технологий; • навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
--	--

Объем дисциплины: 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Место, роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в системе менеджмента организации	УО*, Т***
2. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью	УО*, Р**
3. Стратегический менеджмент. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью	УО*, Р**

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 3 семестр.

Основная литература:

1. Душкина, Майя Рашидовна. PR и продвижение в маркетинге [Электронный ресурс] : коммуникации и воздействие, технологии и психология : учеб. пособие / М. Р. Душкина. - Электрон. дан. - СПб.[и др.] : Питер, 2016. - 560 с.
2. Есикова, Ирина Владимировна. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний [Электронный ресурс] / И. В. Есикова. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К [и др.], 2016. - 159 с.
3. Ловелл, Николас. Кривая спроса [Электронный ресурс] : Как умные компании находят ценных клиентов : [перевод] / Николас Ловелл. - СПб.[и др.] : Питер, 2014. - 336 с.
4. Ойнер, Ольга Константиновна. Управление результативностью маркетинга [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [по эконом. направлениям] / О. К. Ойнер ; Нац. исслед. ун-т Высш. шк. экономики. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2018. - 350 с.
5. Фролов, Ю. В. Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах) [Электронный ресурс] : монография / Ю.В. Фролов, О.М. Игрунова. - Электрон. дан. - М. : Русайнс, 2015. - 248 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.08 «Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПКс 1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 1.2.	Способен использовать методологические основы организации и проведения консалтинга
ПКс 4	Способен организовать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 4.3.	Способен разрабатывать программу консалтинга в интересах органов государственной власти или общественной организации

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>

<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. 	<p>ПКс 1.2.</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемы работы со статистической, фактической и аналитической финансовой информацией; • виды проектной документации на этапах проведения коммуникационных кампаний; • методы оценки эффективности проектной деятельности в коммуникационных кампаниях. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать и интерпретировать финансовые данные для решения прикладных задач в области стратегического управления; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
<p>Коммуникационная деятельность в бизнесе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация коммуникационных процессов в организации; • планирование и маркетинг персонала. 	<p>ПКс 4.3.</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования коммуникационных систем.

Объем дисциплины: 4 зачетных единицы, 144 академ. часа.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Коммуникации в системе государственной власти и общественных организаций. Введение в предмет курса	УО*, РИ**
2. Характеристика государственной коммуникации	УО*, Т***
3. Роль СМИ в формировании государственной коммуникации	УО*
4. Способы воссоздания, репрезентации государственной коммуникации	УО*, РИ**, Т***
5. Манипулятивные воздействия масс-медиа на общество. Мифотворческая функция СМИ	УО*, РИ*
6. Консалтинг органов государственной власти и общественных организаций по вопросам коммуникации	УО*, РИ*

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 3 семестр.

Основная литература:

1. Володенков, Сергей Владимирович. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С. В. Володенков ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. политологии. - М.: Изд-во Моск. ун-та [и др.], 2015. - 270 с.
 2. Кастельс, Мануэль. Власть коммуникации: [учеб. пособие] / Мануэль Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой ; под науч. ред. А. И. Черных ; [Нац. исслед. ун-т Высш. шк. экономики]. - 2-е изд., доп. - М.: Издат. дом Высш. шк. экономики, 2017. - 591 с.
- Чуланова, Оксана Леонидовна. Консалтинг персонала : учеб. пособие / О. Л. Чуланова. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 163 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01 «Имидж-консультирование: основные направления и техники»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Имидж-консультирование: основные направления и техники» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПКс2	Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование репутационной стратегии	ПКс2.3	Способен разработать репутационную стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

	продвижения информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»	в	
--	--	---	--

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Обеспечение системы стимулирования, мотивации и развития сотрудников в коллективе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение внутреннего маркетинга и моделирование корпоративной культуры организации. 	ПКс2.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • представления об основных технологиях и техниках, элементах и операциях, предназначенных для формирования имиджа, обеспечивает технологическую составляющую в этом процессе; • основы консалтинговой деятельности в России; основы диагностики в консалтинговой деятельности; механизмы и приемы консалтинга в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе); • представления о современной системе документационного обеспечения работы в сфере рекламы и связей с общественностью; • основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа.
		<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить исследования рынка с учетом запросов потребителей, исследования объемов рынка и возможностей производителя при выведении на рынок новой марки с целью выявления их лояльности к товару и фирме и при разработке мер по усовершенствованию имиджа организации с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации; • ориентироваться в формировании имиджа посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; • использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при создании и реализации имиджа компании; • осуществлять диагностико-консультационную работу в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе); • эффективно и этично взаимодействовать с консультируемыми в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе); • определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа; • использовать данные исследований для разработки имидж-политики организации; • уметь проводить репутационный ассесмент, проводить анализ имиджа на основании полученных данных.
		<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки по созданию, планированию и формированию имиджа навыками организации и оперативного планирования своей деятельности, а также деятельности фирмы и организации;

		<ul style="list-style-type: none"> • навыки прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации; • навыки управления процессом формирования и изменения имиджа и репутации.
--	--	---

Объем дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Имидж как предмет маркетинговой коммуникации. Имиджелогия как научная дисциплина	УО*, КЗ**, Т****
Типология имиджа. Инструментарий имиджмейкинга	УО*, КЗ**, П***
Имидж как социально-психологический феномен и феномен массового сознания	УО*, П***
Технологии формирования имиджа	УО*, П***, КЗ**
Имидж лидера	УО*, КЗ**, Т****
Персональный имидж	УО*, П***
Групповой имидж	УО*, КЗ**
Предметный имидж	УО*, КЗ**
Формирование имиджа организации	УО*, КЗ**, Т****

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 3 семестр.

Основная литература:

1. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : теория и практика. – М.: Юрайт, 2016. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.biblio-online.ru/book/93B1EEA7-D75C-4AE8-B19C-8F83B75ADE14>)
2. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – М.: Аспект Пресс, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2945/8976.html>)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.02 «Методы оценки корпоративного имиджа и репутации»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Методы оценки корпоративного имиджа и репутации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>

ПКс-2	Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование репутационной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-2.3	Способен разработать репутационную стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
-------	---	---------	---

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики; разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. 	ПКс-2.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> представления об основных технологиях и техниках, элементах и операциях, предназначенных для формирования имиджа, обеспечивает технологическую составляющую в этом процессе; основы консалтинговой деятельности в России; основы диагностики в консалтинговой деятельности; механизмы и приемы консалтинга в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе); представления о современной системе документационного обеспечения работы в сфере рекламы и связей с общественностью; основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> проводить исследования рынка с учетом запросов потребителей, исследования объемов рынка и возможностей производителя при выведении на рынок новой марки с целью выявления их лояльности к товару и фирме и при разработке мер по усовершенствованию имиджа организации с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации; ориентироваться в формировании имиджа посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при создании и реализации имиджа компании; осуществлять диагностико-консультационную работу в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе); эффективно и этично взаимодействовать с консультируемыми в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе);

<p>Обеспечение системы стимулирования, мотивации и развития сотрудников в коллективе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение внутреннего маркетинга и моделирование корпоративной культуры организации. 		<ul style="list-style-type: none"> • определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа; • использовать данные исследований для разработки имидж-политики организации; • уметь проводить репутационный ассесмент, проводить анализ имиджа на основании полученных данных. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки по созданию, планированию и формированию имиджа навыками организации и оперативного планирования своей деятельности, а также деятельности фирмы и организации; • навыки прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации; • навыки управления процессом формирования и изменения имиджа и репутации.
---	--	---

Объем дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Понятия имиджа и репутации, закономерности их формирования.	УО*, Т**
Направления исследования имиджа	УО*, Т**
Критерии оценки имиджа	УО*, Т**
Количественные методы оценки имиджа	УО*
Качественные методы оценки имиджа	УО*
Оценка имиджа компании в СМИ	УО*
Личный имидж руководителя	УО*
Методы оценки репутации компании	УО*, Т**

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 3 семестр.

Основная литература:

1. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 264 с.— Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2945/57073.html>.
2. Шарков Ф. И. Константы гудвила [Электронный ресурс]: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы - М.: Дашков и К [и др.], 2015. – 271 с. - Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=342433.html>.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б.1.В.ДВ.02.01
«Концептуальные основы репутационного менеджмента»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б.1.В.ДВ.02.01 «Концептуальные основы репутационного менеджмента» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс-3	Способен составить стратегию продвижения проекта и его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-3.3	Способен составить стратегию продвижения проекта и осуществить его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПКс-4	Способен организовать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-4.4	Способен организовывать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики; разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; оценка эффективности коммуникативных мероприятий и 	ПКс-3.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; методы клиентского сервиса в связях с общественностью; теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры управления организациями, коллективами, проектами; механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения; основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа, категориально-понятийный аппарат в сфере формирования деловой репутации; методы оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> формировать основные разделы плана проекта

<p>кампаний.</p> <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Разработка и реализация стратегий развития организаций (подразделений):</p> <ul style="list-style-type: none"> • формулировка целей, задач и ожидаемых результатов стратегического планирования, координация работ по стратегическому планированию; • организация внутренних коммуникаций в ходе стратегического планирования; • оценка качества и эффективности процессов стратегического планирования, в том числе в области репутационного менеджмента и имидж-политики. 		<p>при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов; • выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки планирования и организации информационных массовых кампаний; владением методами проектирования программ и отдельных событийных мероприятий, рекламных, информационных и пропагандистских кампаний; • владеть компьютерными программами организации проектной деятельности; • навыки использования современных методов и процедур управления для решения стратегических задач организации, в том числе с использованием информационных технологий; • навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Обеспечение системы стимулирования, мотивации и развития сотрудников в коллективе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение внутреннего маркетинга и моделирование корпоративной культуры организации. 	<p>ПКс-4.4</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией; основные приемы работы на изучаемом рынке и ключевые показатели эффективности; • основные количественные и качественные методы исследования систем управления; методы диагностики систем управления. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий; • анализировать макро- и микросреду рынка, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы, проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований; • формулировать цели, задачи исследований, применять количественные и качественные методы исследований при принятии управленческих решений; • использовать в практической деятельности

		<p>организаций программные средства сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;</p> <ul style="list-style-type: none"> разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыки прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации; навыки управления процессом формирования и изменения имиджа и репутации; навыки использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; навыки устной и письменной деловой коммуникации, в том числе навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
--	--	---

Объем дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Концептуальные основы репутационного менеджмента	УО*
Управление репутациями	УО*, Т****
Механизмы репутационного менеджмента	УО*, П***, КЗ**
Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения	УО*, П***
Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	УО*
Особенности управления репутацией территории	УО*, КЗ**, П***, КС*****

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 4 семестр.

Основная литература:

- Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: [Электронный ресурс]: учебное издание. – М.: Аспект Пресс, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/8976.html>)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.02 «Современные технологии в репутационном консалтинге»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Современные технологии в репутационном консалтинге» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс-3	Способен составить стратегию продвижения проекта и его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-3.3	Способен составить стратегию продвижения проекта и осуществить его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПКс-4	Способен организовать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-4.4	Способен организовывать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; разработка составляющих имидж-политики; разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; оценка эффективности коммуникативных мероприятий и 	ПКс-3.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; методы клиентского сервиса в связях с общественностью; теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры управления организациями, коллективами, проектами; механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения; основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа, категориально-понятийный аппарат в сфере формирования деловой репутации; методы оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> формировать основные разделы плана проекта

<p>кампаний.</p> <p>Управление процессами и проектами в организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Разработка и реализация стратегий развития организаций (подразделений):</p> <ul style="list-style-type: none"> • формулировка целей, задач и ожидаемых результатов стратегического планирования, координация работ по стратегическому планированию; • организация внутренних коммуникаций в ходе стратегического планирования; • оценка качества и эффективности процессов стратегического планирования, в том числе в области репутационного менеджмента и имидж-политики. 		<p>при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов; • выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки планирования и организации информационных массовых кампаний; владением методами проектирования программ и отдельных событийных мероприятий, рекламных, информационных и пропагандистских кампаний; • владеть компьютерными программами организации проектной деятельности; • навыки использования современных методов и процедур управления для решения стратегических задач организации, в том числе с использованием информационных технологий; • навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Обеспечение системы стимулирования, мотивации и развития сотрудников в коллективе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение внутреннего маркетинга и моделирование корпоративной культуры организации. 	<p>ПКс-4.4</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией; основные приемы работы на изучаемом рынке и ключевые показатели эффективности; • основные количественные и качественные методы исследования систем управления; методы диагностики систем управления. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий; • анализировать макро- и микросреду рынка, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы, проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований; • формулировать цели, задачи исследований, применять количественные и качественные методы исследований при принятии управленческих решений; • использовать в практической деятельности

		<p>организаций программные средства сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;</p> <ul style="list-style-type: none"> разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыки прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации; навыки управления процессом формирования и изменения имиджа и репутации; навыки использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; навыки устной и письменной деловой коммуникации, в том числе навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
--	--	---

Объем дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Введение. Феномен консультирования. Консалтинг. Консалтинговая фирма	УО*
2. История развития консалтинга за рубежом и в России. Элементы политического консалтинга	УО*, КЗ**, Т****
3. Диагностические средства в работе консультанта	УО*, КЗ**, П***
4. Консалтинг как процесс взаимодействия с клиентом	УО*, КЗ**, П***
5. Этапы консультационной работы. Понятие о ФСА	УО*, КЗ**
6. Элементы управленческого консалтинга. Этические вопросы в деятельности консультанта	УО*, КЗ**, П***

Форма промежуточной аттестации: Экзамен – 4 семестр.

Основная литература:

1. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – М.: Аспект Пресс, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2945/8976.html>)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.03.01 «Современные теории массовых коммуникаций»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Современные теории массовых коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс-1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-1.3	Способен организовывать проведение переговоров с заказчиком и предоставляет консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПКс-5	Способен организовать и проконтролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-5.3	Способен организовывать и контролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Коммуникационная деятельность в бизнесе: <ul style="list-style-type: none"> • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. Управление работами в подразделении организации: <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка 	ПКс-1.3	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования коммуникационных систем; • знания об основных принципах и теориях моделирования репутации; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией; • основные количественные и качественные методы исследования систем управления; • методы диагностики систем управления; • виды моделей, применяемых при исследовании систем управления; • законы социальной психологии. На уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия; • анализировать макро- и микросреду рынка, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы, проводить изучение конкурентной среды

<p>эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация коммуникационных процессов в организации; • планирование и маркетинг персонала. 		<p>и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки управления массовыми коммуникативными процессами; • навыки использования современных инструментов маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; • навыки построения организационно-управленческих моделей организации; • навыки использования современных программных средств анализа и моделирования систем управления.
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Коммуникационная деятельность в бизнесе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация коммуникационных процессов в организации; • планирование и маркетинг персонала. 	<p>ПКс-5.3</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования коммуникационных систем; • сущность, структура и функции массовой коммуникации, основные методы измерения структурных элементов коммуникатемы, основные принципы и формы взаимодействия PR-специалиста со СМИ; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией; • механизмы влияния современных бизнес-процессов и развития информационных технологий на разработку комплекса маркетинговых коммуникаций; • технологии использования нетрадиционных маркетинговых коммуникаций для создания и укрепления лояльности потребителей и сотрудников компании; • законы социальной психологии. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия; • разрабатывать основные компоненты системы маркетинговых коммуникаций, исходя из особенностей маркетинговой стратегии компании; анализировать коммуникационные стратегии компании и бренда; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки управления массовыми коммуникативными процессами; • навыки устной и письменной деловой коммуникации, в том числе навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний; • навыки использования современных инструментов маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; • навыки планирования, подготовки и осуществления коммуникационных мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

Объем дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Понятие массовой коммуникации	УО*, Т**
2. История развития средств массовой коммуникации	УО*, Т**
3. Теоретические направления изучения массовой коммуникации	УО*, Т**
4. Торонтская школа	УО*
5. Теории информационного общества	УО*
6. Семиотические концепции	УО*
7. Франкфуртская школа	УО*
8. Теория культурных индустрий	УО*
9. Психологический подход в изучении массовых коммуникаций	УО*
10. Исследование манипуляций массовым сознанием	УО*, Т**

Форма промежуточной аттестации: Зачет – 4 семестр.

Основная литература:

1. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : теория и практика. – М.: Юрайт, 2016. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.biblio-online.ru/book/93B1EEA7-D75C-4AE8-B19C-8F83B75ADE14>)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 «Моделирование репутации»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Моделирование репутации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-1.3	Способен организовывать проведение переговоров с заказчиком и предоставляет консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПКс-5	Способен организовать и проконтролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-5.3	Способен организовывать и контролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Коммуникационная деятельность в бизнесе: • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. Управление работами в подразделении организации: • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка	ПКс-1.3	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none">закономерности функционирования коммуникационных систем;знания об основных принципах и теориях моделирования репутации;ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией;основные количественные и качественные методы исследования систем управления;методы диагностики систем управления;виды моделей, применяемых при исследовании систем управления;законы социальной психологии.
		На уровне умений: <ul style="list-style-type: none">планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия;анализировать макро- и микросреду рынка, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы, проводить изучение конкурентной среды

<p>эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация коммуникационных процессов в организации; • планирование и маркетинг персонала. 		<p>и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки управления массовыми коммуникативными процессами; • навыки использования современных инструментов маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; • навыки построения организационно-управленческих моделей организации; • навыки использования современных программных средств анализа и моделирования систем управления.
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Коммуникационная деятельность в бизнесе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов. <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация коммуникационных процессов в организации; • планирование и маркетинг персонала. 	<p>ПКс-5.3</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования коммуникационных систем; • сущность, структура и функции массовой коммуникации, основные методы измерения структурных элементов коммуникатемы, основные принципы и формы взаимодействия PR-специалиста со СМИ; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией; • механизмы влияния современных бизнес-процессов и развития информационных технологий на разработку комплекса маркетинговых коммуникаций; • технологии использования нетрадиционных маркетинговых коммуникаций для создания и укрепления лояльности потребителей и сотрудников компании; • законы социальной психологии. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия; • разрабатывать основные компоненты системы маркетинговых коммуникаций, исходя из особенностей маркетинговой стратегии компании; анализировать коммуникационные стратегии компании и бренда; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки управления массовыми коммуникативными процессами; • навыки устной и письменной деловой коммуникации, в том числе навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний; • навыки использования современных инструментов маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; • навыки планирования, подготовки и осуществления коммуникационных мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

Объем дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Модели коллективной репутации	УО*/Р**
2. Модель информационного управления	УО*/ Р**
3. Математические модели репутации	УО* / Р**
4. Элементы модели деловой репутации	УО*/ Р**

Форма промежуточной аттестации: Зачет – 4 семестр.

Основная литература:

1. Новиков Д.А.. Математические модели формирования и функционирования команд. - М.: Издательство физико- математической литературы, 2008. - 184 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.В.01 «Исследовательская работа и планирование консалтинга в связях с общественностью»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина ФТД.В.01 «Исследовательская работа и планирование консалтинга в связях с общественностью» закрепляет сформированную в 1 семестре компетенцию:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПКс5	Способен организовать и проконтролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс5.4	Способен составлять отчетные документы в соответствии с рабочим заданием в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности: • организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в	ПКс5.4	На уровне знаний: • методы сбора и анализа информации по теме исследования; классификации методов исследования.
		На уровне умений:

<p>том числе репутационного менеджмента и имидж-политики;</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценка конкурентной среды; • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. <p>Обеспечение системы стимулирования, мотивации и развития сотрудников в коллективе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение внутреннего маркетинга и моделирование корпоративной культуры организации. 		<ul style="list-style-type: none"> • формулировать цели, задачи исследований, применять количественные и качественные методы исследований при принятии управленческих решений; • самостоятельно решать исследовательские задачи методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; • использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки и проведения научных исследований. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия.
--	--	---

Объем дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академ. часов.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Организация и содержание маркетинговых исследований	УО*
2. Определение проблемы и формулирование целей маркетингового исследования	УО*, КЗ**
3. Выбор типа и разработка плана маркетингового исследования	УО*, КЗ**, П***
4. Исследовательская работа в управленческом консалтинге	УО*, КЗ**, П***
5. Выборочные методы маркетинговых исследований	УО*, КЗ**
6. Опрос и наблюдение как количественные способы сбора маркетинговой информации	УО*, КЗ**, П***
7. Эксперименты в маркетинговых исследованиях	УО*, П***
8. Полевые работы	УО*, КЗ**
9. Подготовка отчета о результатах маркетингового исследования	УО*, КЗ**, Т****

Форма промежуточной аттестации: Зачет – 2 семестр.

Основная литература:

1. Мередит, Джек Р. Управление проектами [Электронный ресурс] / Дж. Мередит, С. Мантел (мл.). – СПб. [и др.]: Питер, 2012. (idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=342035)
2. Чистякова А.А. Организация рекламного бизнеса [Электронный ресурс]. – М.: Флинта, 2014. (<https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/70426/#1>)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ФТД.В.02 «Инструментарий менеджмента в устойчивом развитии»

Наименование образовательной программы: Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Форма обучения: очная, заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина ФТД.В.02 «Инструментарий менеджмента в устойчивом развитии» закрепляет сформированные в 1 семестре компетенции:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПКс 2	Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование репутационной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс 2.3	Способен разработать репутационную стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<p>Обеспечение сбора и анализа информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> изучение и анализ информационных баз данных и СМИ; подготовка информационных и информационно-аналитических материалов. <p>Управление работами и проектами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценка конкурентной среды; 	ПКс 2.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> тип научной рациональности универсального эволюционизма и критерии эффективности практики устойчивого развития; базовые области знаний для консультирования в управлении устойчивым развитием организаций; этические и социальные нормы управленческого консультирования; основные положения аксиологии; мировоззренческие ценности устойчивого развития и социокультурные категории социума; принципы аксиологического нормирования социально-экономического пространства; методы интерактивного непрерывного планирования устойчивого развития. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> обосновывать свою позицию по проблемам исторического и социально-политического развития общества, гуманитарных и социальных ценностей, экологического статуса окружающей среды. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> использовать основные положения методологии управления устойчивым развитием СЭС в современной нестандартной ситуации в гуманитарных науках и научных дисциплинах общественности с учетом социальной и этической ответственности за принимаемые решения; применять тип научной рациональности универсального эволюционизма и критерии эффективности практики устойчивого развития к глобальным и конкретным проблемам современной цивилизации и формировать проблемосодержащие и

<ul style="list-style-type: none"> • разработка составляющих имидж-политики; • разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта; • оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний. 		проблеморазрешающие системы по решению глобальных проблем человечества.
--	--	---

Объем дисциплины: 2 зачетных единицы, 72 академ. часа.

Структура дисциплины:

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Предметная область менеджмента устойчивого развития	УО*
2. Понятия и определения устойчивого развития	УО*, КЗ**, Т****
3. Инструментарий менеджмента	УО*, КЗ**, П***
4. Проектная деятельность в условиях устойчивого развития. Устойчивое развитие территорий	УО*, КЗ**, Т****

Форма промежуточной аттестации: Зачет – 3 семестр.

Основная литература:

5. Ведяева Е.С. Обеспечение устойчивого развития территории сельских поселений [Электронный ресурс] : монография / Е.С. Ведяева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 68 с. — 978-5-4487-0106-1. — Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2239/70807.html>
6. Гладышев А.Г. Совершенствование механизма устойчивого развития местного сообщества [Электронный ресурс] : монография / А.Г. Гладышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Научный консультант, 2017. — 92 с. — 978-5-9909964-7-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75146.html>
7. Предпринимательство и бизнес. Финансово-экономические, управленческие и правовые аспекты устойчивого развития [Электронный ресурс] : монография / Т.А. Полгар [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 710 с. — 978-5-394-02683-6. — Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2239/60327.html>