

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков

Должность: директор

Дата подписания: 09.01.2024 17:05:22

Уникальный программный ключ:

880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.0.01. 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

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.
	на уровне умений: идентифицировать факторы среды, определяющие характеристики бизнес-моделей и моделей менеджмента; определять условия для эффективного применения бизнес-моделей и моделей менеджмента.
	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).

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академ. часов.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) очно/заочно
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа	54/10
Лекции	10/2
Практические занятия	44/8
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	54/94
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	Контрольная работа, устный опрос, практическое задание, тестирование
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1.	Менеджмент: современные тенденции.
Тема 2.	Трансформация планирования и контроля.
Тема 3.	Управление людьми в организациях.
Тема 4.	Культура организации.
Тема 5.	Лидерство.
Тема 6.	Инновационный менеджмент.
Тема 7.	Менеджмент знаний.

Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов на основной вопрос, устные ответы и компьютерное тестирование.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

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

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.

	нию; 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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академ. часов /81 астр. час.

Вид работы	Трудоемкость в академ. часах (очная/ заочная)
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа	54/10
Лекции	16/2
Практические занятия	38/8
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	54/94
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	Устный опрос, кейс-задания, реферат (статья)
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1.	Системные основы исследования и моделирования организационного поведения в организациях различного типа
Тема 2.	Типы организаций и их структура
Тема 3.	Взаимовлияние внешней и внутренней сред организаций. Основные принципы моделирования внутренней среды организации с заданными параметрами и гарантированным результатом
Тема 4.	Стартовые условия моделирования организационного поведения и норма организационного поведения. Девиантное поведение: организационные и поведенческие патологии и методы их устранения или преодоления
Тема 5.	Методология и технология моделирования организационного поведения
Тема 6.	Макротехнология – организационная архитектура и организационное зодчество: типы моделей организационного поведения
Тема 7.	Гибридизация моделей организационного поведения
Тема 8.	Моделирование структурно-смысловой схемы организации в будущем
Тема 9.	Формирование итоговой модели организационного поведения и программы организационного развития (или трансформации)

Форма промежуточной аттестации:

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов на основной вопрос, устные ответы на дополнительные вопросы.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

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

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 соци-

Код компонента компетенции	Результаты обучения
	<p>ально-правовые отношения, принципы построения и методики оценки публичного выступления в рамках устной PR-коммуникации и письменных форм PR-текстов.</p> <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, форматами, стилями, технологическими требованиями; • 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.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц 72 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость в академ. часах (очная/ заочная)
Общая трудоемкость	72/72
Контактная работа	36/6
Лекции	10/2
Практические занятия	26/4
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	36/62
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	Устный опрос, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Виды деловых коммуникаций
Тема 2	Формы делового публичного выступления
Тема 3	Топика и аргументация
Тема 4	Техники убеждения
Тема 5	Композиция речи
Тема 6	Невербальная коммуникация
Тема 7	Интонации, темп, громкость, эмоции и подтексты
Тема 8	Диалог
Тема 9	Нетворкинг и аттракция
Тема 10	Совещания и переговоры

Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов на основной вопрос, устные ответы на дополнительные вопросы.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

Основная литература:

1. Смехов Л.В. Популярная риторика - М.: АСТ, 2018
2. Уильямс Г., Миллер Р., Чалдини Р. и др. Эффективные коммуникации: пер. с англ. - М.: Альпина Паблицер, 2018.
3. 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>
4. 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

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК ОС-1.2	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;
	действующие нормативные документы и методические материалы, регулирующие деятельность корпораций в области финансовых отношений.
	на уровне умений: рассчитывать на основе типовых методик финансово-экономические показатели, анализировать, обобщать и интерпретировать финансовую, статистическую и иную информацию.
	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.

Объем дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа	56/6
Лекции	16/2
Практические занятия	38/6
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/2
Самостоятельная работа	16/89
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	Опрос, дискуссия, решение задач
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1.	Корпоративное управление и корпоративные финансы
Тема 2.	Инвестирование в финансовые активы
Тема 3.	Инвестирование в реальные активы
Тема 4.	Долгосрочные источники финансирования
Тема 5.	Структура капитала и дивидендная политика корпорации
Тема 6.	Матричное моделирование финансовых стратегий

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов на основные вопросы и решение задачи.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

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

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК ОС-2.1	<p>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.</p>
	<p>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; выработать решения в нестандартных ситуациях.</p>
	<p>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.</p>
ОПК ОС-4.1	<p>на уровне знаний: методы обобщения информации, получаемой в ходе исследовательской работы; методологию и методы научно-исследовательской деятельности в менеджменте.</p>
	<p>на уровне умений: самостоятельно получать новые знания на основе анализа информации в</p>

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	<p>процессе подготовки научного отчета, статьи или доклада; интерпретировать результаты научно-исследовательской работы на основе обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем менеджмента.</p> <p>на уровне навыков: навыками обоснования актуальности и практической значимости 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.</p>

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академ. часов.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) очно/ заочно
Общая трудоемкость	72/72
Контактная работа	36/6
Лекции	10/2
Практические занятия	26/4
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	36/62
Контроль	-/4
Консультации	2/2
Формы текущего контроля	Опрос, тестирование
Форма промежуточной аттестации	Зачёт

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1	Методологические основы исследований в менеджменте
Тема 2.	Системный подход в менеджменте
Тема 3.	Виды исследований
Тема 4.	Количественные методы исследований в менеджменте
Тема 5.	Методы исследования внешней и внутренней среды организации
Тема 6.	Моделирование как метод исследований в менеджменте
Тема 7.	Качественные методы исследования в менеджменте

Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов на основные вопросы и выполнения задания.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

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>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1.1	на уровне знаний: знать принципы, способы стратегического анализа для принятия обоснованных стратегических решений
	на уровне умений: уметь использовать приемы стратегического анализа при исследовании стратегического потенциала и уровня стратегической гибкости хозяйствующих субъектов
	на уровне навыков: владеть способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу стратегических проблем организации
ОПК ОС-2.2	на уровне знаний: принципы стратегического и проектного менеджмента; современное состояние проектно-ориентированного подхода и возможности его развития; принципы и методы стратегического анализа.
	на уровне умений: 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: владеть методами экономического и стратегического анализа составления аналитических материалов для оценки мероприятий
ОПК ОС-3.1	на уровне знаний: знать количественные и качественные методы современного стратегического анализа в целях проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами
	на уровне умений: уметь проводить прикладные исследования и готовить аналитические материалы, используя количественные и качественные методы современного стратегического анализа и управления бизнес-процессами
	на уровне навыков: владеть аналитическим инструментарием современного стратегического анализа для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами
ОПК ОС-3.2	на уровне знаний: знает принципы построения действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели
	на уровне умений: уметь реализовывать программы действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели
	на уровне навыков: владеет навыками построения действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часов.

Вид работы	Трудоемкость в академ. часах (очная/ заочная)
Общая трудоемкость	144/144
Контактная работа	56/10

Лекции	14/2
Практические занятия	40/6
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/2
Самостоятельная работа	52/125
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	кейс-задания
Форма промежуточной аттестации	Экзамен, курсовой проект

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Стратегический менеджмент и стратегическая конкурентоспособность
Тема 2	Внешнее окружение фирмы: возможности, угрозы, конкуренция и конкурентный анализ
Тема 3	Внутреннее окружение фирмы: ресурсы, способности и ключевая компетенция
Тема 4	Стратегии функционального уровня
Тема 5	Стратегии бизнес-уровня
Тема 6	Конкурентное соперничество и динамика конкуренции
Тема 7	Стратегии корпоративного уровня: вертикальная интеграция и диверсификация
Тема 8	Поглощение и реструктуризация фирм

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов на основной вопрос, устные ответы и результаты защиты курсового проекта.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

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 МВА 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/413637>

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

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: <p>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 международного бизнеса и использовать полученные данные для принятия эффективных организационно-управленческих решений; 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>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 исследова-</p>

	ния и развития) в различных сферах национальной экономики.
ОПК ОС-4.2	на уровне знаний: знать современную методологию и технологию управления проектами; ключевые нормативные акты, регламентирующие проектную деятельность.
	на уровне умений: уметь разделять деятельность на отдельные взаимосвязанные задачи.
	на уровне навыков: владеть специальной терминологией проектной деятельности.

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц 72 академ.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) очно/ заочно
Общая трудоемкость	72/72
Контактная работа с преподавателем	38/6
Лекции	8/2
Практические занятия	28/2
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/2
Самостоятельная работа	34/62
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	Устный опрос, контрольная работа, практическое задание, тест
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачет

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	История развития управления проектами
Тема 2	Международные и национальные стандарты управления проектами
Тема 3	Основные методологии управления проектами
Тема 4	Оценка компетентности и сертификация по управлению проектами
Тема 5	Понятия «проект» и «управление проектом», классификация проектов
Тема 6	Окружение проекта
Тема 7	Участники проекта
Тема 8	Жизненный цикл проекта

Форма промежуточной аттестации:

Зачёт с оценкой проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяются устные ответы на основной и дополнительные вопросы.

Основная литература:

1. 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>.
2. Коул, Роб. Блистательный Agile : Гибкое управление проектами с помощью Agile, Scrum и Kanban : [пер. с англ.] / Роб Коул, Эдвард Скотчер. - Санкт-Петербург [и др.] : Пи-

тер, 2019. - 304 с. - (Серия "IT для бизнеса") . - Текст: электронный. - URL: <http://new.ibooks.ru/bookshelf/359226/reading> - ISBN 978-5-4461-1051-3.

3. 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

<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. 	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.
		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 эффективных коммуникаций и самопрезентации в условиях межличностной и массовой коммуникации; навыки целостного восприятия и анализа письменных и устных иноязычных текстов; 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 и 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 уче-

<p>ческих материалов.</p> <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. 	<p>том специфики знаковой ситуации.</p>
	<p>На уровне умений:</p> <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. <p>На уровне навыков:</p> <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 соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями.

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 акад. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа с преподавателем	38/6
Лекции	-/-
Практические занятия	36/6
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	34/91
Контроль	36/9
Консультации	2/2
Формы текущего контроля	Устное выступление, письменная работа
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 3 семестр

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Организационная структура и процессы
Тема 2	Барьеры в эффективной коммуникации
Тема 3	Улучшение коммуникации в организации
Тема 4	Процесс принятия решения
Тема 5	Отбор сотрудников. Обучение персонала
Тема 6	Оценка качества работы сотрудников
Тема 7	Перевод и реферирование профессионального текста

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

Основная литература:

- English for Businessmen, Workbook / Г. А. Дудкина [и др.]. – М.: Изд-во Филоматис, 2010. – 167 с.
- 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

<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 информационных и 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; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. 	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 кампаний; • применять современные методы проведения прикладных исследований, обработки их результатов, а также подготовки отчетных материалов.

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академ. часа.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	72/72
Контактная работа с преподавателем	36/10
Лекции	10/4

Практические занятия	26/6
Практическая подготовка	-
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	36/58
Контроль	0/4
Формы текущего контроля	Устное выступление, контрольная работа, кейсовое задание, тестирование
Форма промежуточной аттестации	Зачет – 2 семестр

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Обзор программных средств управления проектами
Тема 2	Программные продукты управления проектами
Тема 3	Особенности проектного подхода при разработке информационных технологий и программного обеспечения
Тема 4	Оценка компетентности и сертификация по управлению проектами
Тема 5	Понятия «проект» и «управление проектом», классификация проектов
Тема 6	Окружение проекта
Тема 7	Участники проекта
Тема 8	

Форма промежуточной аттестации:

Зачёт проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения дисциплины применяется компьютерное тестирование в СДО.

Основная литература:

1. Управление проектами : учебник для бакалавров / А. И. Балашов [и др.] ; под ред. Е. М. Роговой; НИУ ВШЭ. - М. : Юрайт, 2014. - 383 с.
2. Управление проектами. Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов. – М: ЗАО «Проектная практика», 210 – 256 с.
3. 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

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Коммуникационная	УК-4.2	На уровне знаний:

<p>деятельность в бизнесе:</p> <ul style="list-style-type: none"> подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний. 		<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 <p>На уровне умений:</p> <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 литературного редактирования устного и письменного текста и редакторской обработки текстов в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями; навыки эффективных коммуникаций и самопрезентации в условиях межличностной и массовой коммуникации; 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. <p>На уровне умений:</p> <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. <p>На уровне навыков:</p> <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 соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями.

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	144/144
Контактная работа с преподавателем	74/8
Лекции	36/2
Практические занятия	36/4
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	34/127

Контроль	36/9
Консультации	2/2
Формы текущего контроля	Устное выступление, тестирование, кейсовое задание
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 2 семестр

Структура дисциплины:

Тема 1	Текст как составляющая процесса коммуникации
Тема 2	Искусство порождения текста в письменной коммуникации
Тема 3	Искусство порождения текста в устной коммуникации

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

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

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
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; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. Управление работами в	ПКс-2.1	На уровне знаний: <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;

<p>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 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. 		<ul style="list-style-type: none"> 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; 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; 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; 	<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 экономиче-

<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. 		<p>ских агентов и рынков в глобальной среде, в том числе с использованием информационных технологий.</p>
<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 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>ПКс 4.1 ПКс 4.2.</p>	<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.

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единицы, 360 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	360/360
Контактная работа с преподавателем	146/24
Лекции	36/10
Практические занятия	108/12
Практическая подготовка	24/4
Самостоятельная работа	214/332
Контроль	0/4
Консультации	2/2

Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, кейсовое задание, презентация
Формы промежуточной аттестации	Зачет с оценкой – 2 семестр, курсовой проект – 2 семестр

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Интернет-исследования для специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью
Тема 2	Рекламная кампания в Интернете
Тема 3	SERM – поисковое управление репутацией в социальных сетях и блогах. ORM – управление репутацией онлайн
Тема 4	SEO-консалтинг: продвижение компании в поисковых системах
Тема 5	Репутационные интернет-риски и корпоративный сайт компании

Форма промежуточной аттестации:

Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств):

Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам и выполнение практического задания.

Защита курсового проекта проходит в формате устного собеседования с преподавателем.

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

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Консультирование клиентов компании в	ПКс 2.2.	На уровне знаний:

<p>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. 		<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 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. 	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 этапах проведения коммуникационных кампаний; • 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 кампаний; • выявлять и формулировать проблемы, которые можно предупредить с помощью анали-

		<ul style="list-style-type: none"> за финансового состояния корпорации; навыки использования современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.
--	--	--

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа с преподавателем	72/8
Лекции	16/2
Практические занятия	56/6
Практическая подготовка	24/4
Самостоятельная работа	36/96
Контроль	36/4
Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, презентация, кейсовое задание
Формы промежуточной аттестации	Зачет – 2

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	История развития публичных мероприятий в России и мире
Тема 2	Понятие, сущность и формы публичных мероприятий
Тема 3	Подбор персонала и управление командой публичных мероприятий
Тема 4	Медиарелейшнз публичных мероприятий
Тема 5	Организация мероприятий в сфере политики и государственного управления
Тема 6	Внутрикорпоративные мероприятия

Форма промежуточной аттестации:

Зачёт проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяются устные ответы на основной и дополнительные вопросы.

Основная литература:

1. 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.
2. Публичные ценности и государственное управление / [А. Баджпай и др.] ; под ред. Л. В. Сморгунова, А. В. Волковой ; С.-Петербур. гос. ун-т. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 399 с.
3. Управление публичной политикой / [В. В. Абрамов и др.] ; под ред. Л. В. Сморгунова ; С.-Петербур. 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

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа с преподавателем	36/8
Лекции	10/2
Практические занятия	26/6
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	36/96
Контроль	36/4
Формы текущего контроля	Устное выступление, тестирование, кейсовое задание
Форма промежуточной аттестации	Зачет – 3 семестр, курсовой проект – 3 семестр

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Техники креативного мышления
Тема 2	Креативный бриф
Тема 3	Brand idea: от задумки до реализации

Форма промежуточной аттестации:

Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств):

Каждый студент на зачете проходит собеседование по вопросам и выполняет практическое задание, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками

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

<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>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • консалтинговая деятельность в интере- 	ПК-1.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы клиентского сервиса в связях с общественностью.
		<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>сах органов государственной власти и политических институтов.</p> <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация коммуникационных процессов в организации. 		
<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 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>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>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;

		<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; • навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.
--	--	---

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	144/144
Контактная работа с преподавателем	38/10
Лекции	10/2
Практические занятия	26/6
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	70/125
Контроль	36/9
Консультации	2/2
Формы текущего контроля	Устное выступление, тестирование, реферат
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 3 семестр

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Место, роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в системе менеджмента организации
Тема 2	Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью
Тема 3	Стратегический менеджмент. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Каждый студент на экзамене проходит собеседование по вопросам и выполняет кейсовое задание, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

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

<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. 	ПКс 1.2.	<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 кампа- 	ПКс 4.3.	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования коммуникационных систем. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проектную документацию на этапах

<p>ний.</p> <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; <p>оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний.</p> <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>проведения коммуникационных кампаний.</p> <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.
--

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академ. часа.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	144/144
Контактная работа с преподавателем	38/10
Лекции	10/2
Практические занятия	26/6
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	70/125
Контроль	36/9
Консультации	2/2
Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, ролевые игры
Формы промежуточной аттестации	Экзамен – 3 семестр

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Коммуникации в системе государственной власти и общественных организаций. Введение в предмет курса
Тема 2	Характеристика государственной коммуникации
Тема 3	Роль СМИ в формировании государственной коммуникации
Тема 4	Способы воссоздания, репрезентации государственной коммуникации
Тема 5	Манипулятивные воздействия масс-медиа на общество. Мифотворческая функция СМИ
Тема 6	Консалтинг органов государственной власти и общественных организаций по вопросам коммуникации

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

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.
3. 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

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 оцен- 	<p>ПКс2.3</p>	<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 ин-

<p>ка контента и формата маркетинговых материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> 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>тегрированных маркетинговых коммуникаций: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;</p> <ul style="list-style-type: none"> 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; 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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	216/216
Контактная работа с преподавателем	38/10
Лекции	10/2
Практические занятия	26/6
Практическая подготовка	-
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	142/197
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, кейсовое задание, презентация
Формы промежуточной аттестации	Экзамен – 3 семестр

Структура дисциплины:

Тема 1	Имидж как предмет маркетинговой коммуникации. Имиджелогия как научная дисциплина
Тема 2	Типология имиджа. Инструментарий имиджмейкинга
Тема 3	Имидж как социально-психологический феномен и феномен массового

	сознания
Тема 4	Технологии формирования имиджа
Тема 5	Имидж лидера
Тема 6	Персональный имидж
Тема 7	Групповой имидж
Тема 8	Предметный имидж
Тема 9	Формирование имиджа организации

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

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

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
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; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую дея- 	ПКс-2.3	На уровне знаний: <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>тельность клиента.</p> <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 маркетинговых 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>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; • 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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	216/216
Контактная работа с преподавателем	38/10
Лекции	10/2
Практические занятия	26/6
Практическая подготовка	-

Самостоятельная работа	142/197
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос
Формы промежуточной аттестации	Экзамен – 3 семестр

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Понятия имиджа и репутации, закономерности их формирования.
Тема 2	Направления исследования имиджа
Тема 3	Критерии оценки имиджа
Тема 4	Количественные методы оценки имиджа
Тема 5	Качественные методы оценки имиджа
Тема 6	Оценка имиджа компании в СМИ
Тема 7	Личный имидж руководителя
Тема 8	Методы оценки репутации компании

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и тестирование.

Основная литература:

1. Ушакова Н.В. Имиджология (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

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>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-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 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>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 репутаци- 	ПКс-4.4	<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

<p>онного 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 подразделениях 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>анализа в областях, связанных с коммуникацией; основные приемы работы на изучаемом рынке и ключевые показатели эффективности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 организаций программные средства сравнительного анализа лучших практик в менеджменте; • 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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	216/216
Контактная работа с преподавателем	38/6
Лекции	10/2
Практические занятия	26/4
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	142/102
Контроль	36/0
Консультации	2/2

Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, презентация, кейсовое задание, круглый стол
Формы промежуточной аттестации	Экзамен – 4 семестр

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Концептуальные основы репутационного менеджмента
Тема 2	Управление репутациями
Тема 3	Механизмы репутационного менеджмента
Тема 4	Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения
Тема 5	Методы оценки корпоративного имиджа и репутации
Тема 6	Особенности управления репутацией территории

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

Основная литература:

1. 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

Б.1.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

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
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; • консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента. Управление работами в	ПКс-3.3	На уровне знаний: <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

<p>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 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>антикризисного поведения;</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 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>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>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>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>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 организаций программные средства сравнительного анализа лучших практик в менеджменте; • 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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	216/216
Контактная работа с преподавателем	38/6
Лекции	10/2
Практические занятия	26/4
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	142/102
Контроль	36/0

Консультации	2/2
Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, презентация, кейсовое задание
Формы промежуточной аттестации	Экзамен – 4 семестр

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Введение. Феномен консультирования. Консалтинг. Консалтинговая фирма
Тема 2	История развития консалтинга за рубежом и в России. Элементы политического консалтинга
Тема 3	Диагностические средства в работе консультанта
Тема 4	Консалтинг как процесс взаимодействия с клиентом
Тема 5	Этапы консультационной работы. Понятие о ФСА
Тема 6	Элементы управленческого консалтинга. Этические вопросы в деятельности консультанта

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проходит в форме устного собеседования по вопросам билета. В каждом билете есть практическая часть с практическим заданием, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

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

Б.1.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

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Коммуникационная деятельность в бизнесе: • подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний.	ПКс-1.3	На уровне знаний: • закономерности функционирования коммуникационных систем; • знания об основных принципах и теориях моделирования репутации; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в обла-

<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 маркетинговых 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>стях, связанных с коммуникацией;</p> <ul style="list-style-type: none"> основные количественные и качественные методы исследования систем управления; методы диагностики систем управления; виды моделей, применяемых при исследовании систем управления; законы социальной психологии. <p>На уровне умений:</p> <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 и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований; 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 реа- 	<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>лизация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний.</p> <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>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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	180/180
Контактная работа с преподавателем	36/8
Лекции	10/2
Практические занятия	26/6
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	144/100
Контроль	-
Формы текущего контроля	Тестовые задания, устный опрос
Форма промежуточной аттестации	Зачет – 4 семестр

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Понятие массовой коммуникации
Тема 2	История развития средств массовой коммуникации
Тема 3	Теоретические направления изучения массовой коммуникации

Тема 4	Торонтская школа
Тема 5	Теории информационного общества
Тема 6	Семиотические концепции
Тема 7	Франкфуртская школа
Тема 8	Теория культурных индустрий
Тема 9	Психологический подход в изучении массовых коммуникаций
Тема 10	Исследование манипуляций массовым сознанием

Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам и тестирование.

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

Б.1.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

<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 маркетинговых материалов с целью 	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;

<p>формирования и внедрения медийного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 		<ul style="list-style-type: none"> 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; 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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академ. часов, 135.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	180/180
Контактная работа с преподавателем	36/8
Лекции	10/2
Практические занятия	26/6
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	144/100
Практическая подготовка	-
Контроль	-
Формы текущего контроля	Устный опрос, реферат
Форма промежуточной аттестации	Зачет – 4 семестр

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Модели коллективной репутации
Тема 2	Модель информационного управления
Тема 3	Математические модели репутации
Тема 4	Элементы модели деловой репутации

Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам.

Основная литература:

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.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

ОТФ/ТФ	Код компонента	Результаты обучения

	<i>компетенции</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. 	ПКс5.4	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы сбора и анализа информации по теме исследования; классификации методов исследования.
		<p>На уровне умений:</p> <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: Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академ. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа с преподавателем	36/6
Лекции	10/2
Практические занятия	26/4
Самостоятельная работа	72/98
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, кейсовое задание, презентации
Формы промежуточной аттестации	Зачет

Структура дисциплины:

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование тем (разделов)</i>
Тема 1	Организация и содержание маркетинговых исследований
Тема 2	Определение проблемы и формулирование целей маркетингового исследования
Тема 3	Выбор типа и разработка плана маркетингового исследования
Тема 4	Исследовательская работа в управленческом консалтинге
Тема 5	Выборочные методы маркетинговых исследований
Тема 6	Опрос и наблюдение как количественные способы сбора маркетинговой информации
Тема 7	Эксперименты в маркетинговых исследованиях
Тема 8	Полевые работы
Тема 9	Подготовка отчета о результатах маркетингового исследования

Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам.

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.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

<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 информационных и информационно-аналитических материалов. Управление работами и проектами в подразделении организации: <ul style="list-style-type: none">• управление процессами стратегического планирования, в том числе процессами в области репутационного менеджмента. Управление работами в подразделении организации: <ul style="list-style-type: none">• оценка конкурентной среды;	ПКс 2.3	На уровне знаний: <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. На уровне умений: <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. На уровне навыков: <ul style="list-style-type: none">• использовать основные положения методологии управления устойчивым развитием СЭС в современной нестандартной ситуации в гуманитарных науках и научных дисциплинах обществознания 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 проблемораз-

<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. 	<p>решающие системы по решению глобальных проблем человечества.</p>
--	---

Объем дисциплины: Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академ. часа.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	72/72
Контактная работа с преподавателем	10/10
Лекции	4/4
Практические занятия	6/6
Самостоятельная работа	62/58
Контроль	-
Формы текущего контроля	Тестирование, устный опрос, презентация, кейсовое задание
Формы промежуточной аттестации	Зачет

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)
Тема 1	Предметная область менеджмента устойчивого развития
Тема 2	Понятия и определения устойчивого развития
Тема 3	Инструментарий менеджмента
Тема 4	Проектная деятельность в условиях устойчивого развития. Устойчивое развитие территорий

Форма промежуточной аттестации: Зачет проводится в форме собеседования по вопросам.

Основная литература:

1. 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>
2. 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>

3. 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>