

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Управленческие решения Б1.В.ОД.2

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мюллер Д.Г.

Рецензент(ы):

Сунцов А.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 9418262119

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Мюллер Д.Г. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Dmitrij.Mjuller@ksu.r

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса - формирование профессиональных компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью, подготовка специалистов, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных технологий по связям с общественностью, изучение закономерностей политической рекламы и PR как особого вида коммуникации. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных как с общими знаниями о видах и специфике рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, так и с особенностью работы специалистов по рекламе и PR в деятельности бизнес структур. При изучении дисциплины перед студентом стоят следующие задачи освоения дисциплины:

- ознакомиться с предметной областью курса "Реклама и связи с общественностью в бизнесе" и методами рекламной деятельности и PR;
- получить углубленное представление о роли рекламы и PR в современных бизнес процессах;
- рассмотреть формы и методы работы отделов по рекламе и связям с общественностью в бизнес структурах, приемов в использовании ими рекламных технологий и технологий по связям с общественностью;
- получить представления о содержании и многообразии стилей и методов воздействия рекламы и PR;
- сформировать представления о разработке и внедрении рекламного продукта;
- дать представление об основных принципах и методах проведения кампаний в сфере СО, познакомить студентов с основными технологиями и современными концепциями проведения кампаний в бизнес сфере;
- ознакомиться с правовыми и этическими аспектами деятельности в сфере рекламы и PR.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ОД.2 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Дисциплина вариативной части профессионального цикла.

Изучение дисциплины предполагает наличие знаний, умений и компетенций, освоенных студентами в процессе изучения следующих курсов: Психология массовых коммуникаций; Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью; Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе; Менеджмент.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-5 (профессиональные компетенции)	Способностью к социальному взаимодействию, к сотрудничеству и разрешению конфликтов в творческих коллективах
ОПК-6 (профессиональные компетенции)	способностью социально-ответственно принимать решения в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-9 (профессиональные компетенции)	способностью оценивать потребность в ресурсах и планировать их использование при решении задач в профессиональной области
ПК-11 (профессиональные компетенции)	способностью организовать работу по взаимодействию с рекламодателями в части заключения и сопровождения сделок по продаже рекламных контактов
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью организовать работу по продаже и закупке прав на публикацию и трансляцию того или иного вида контента в части заключения и сопровождения сделок
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в выработке управленческих решений организаций сферы медиа

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

основные типы управленческих решений и подходы к их выполнению;
основные информационно-коммуникационных технологий, используемые для решения стандартных задач профессиональной деятельности;

2. должен уметь:

ориентироваться в процессе принятия организационно-управленческих решений

3. должен владеть:

способностью находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы

их реализации и готовность нести ответственность за их результаты

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и PR-кампаний и коммуникационных программ;

- стратегически планировать рекламную и PR- кампанию;

- оценивать эффективность проведенной рекламной и PR-кампании.

- стремиться выражать и аргументировать свою позицию по вопросам, касающимся развития бизнес процессов в пределах своей компетенции.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
1.	Тема 1. PR-служба в бизнесе.	7		0	4	0	
2.	Тема 2. Планирование PR-деятельности.	7		0	4	0	
3.	Тема 3. Имидж и корпоративные отношения.	7		0	4	0	
4.	Тема 4. Управление информацией. Формы подачи информационных материалов.	7		0	4	0	
5.	Тема 5. Рекламная деятельность.	7		0	4	0	
6.	Тема 6. Кризис-менеджмент.	7		0	4	0	
7.	Тема 7. Технологии привлечения инвестиций, спонсорство и благотворительность.	7		0	4	0	
8.	Тема 8. Процедурные технологии в PR.	7		0	4	0	
9.	Тема 9. Реализация PR-проектов.	7		0	4	0	
.	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Экзамен
	Итого			0	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. PR-служба в бизнесе.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Социально-экономические особенности предпринимательской деятельности в России. Малое и среднее предпринимательство ? основа формирования российской рыночной экономики. Понятие концепции развития предприятия и роль SWOT-анализа при ее разработке. Схема разработки политики предприятия в области бизнес-PR. Понятие общественности. Типологизация групп общественности (Дж. Гендрикс, Д. Груниг). Приоритетные группы общественности бизнес-структур. Индекс приоритетности и его интерпретация

Тема 2. Планирование PR-деятельности.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Основные элементы комплекса маркетинга (маркетинг-микс). Понятие ?маркетинговые коммуникации?. Интегрированный подход к выстраиванию маркетинговых коммуникаций (ИМК). Причины создания ИМК. Реклама и связи с общественностью как составляющие маркетинговой деятельности предприятия.

Тема 3. Имидж и корпоративные отношения.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятия: консюмеризм, новый потребитель. Исследования продукта на удовлетворенность потребителя продуктом ? основа маркетинговой политики фирмы. Информационное обеспечение потребителя сведениями о новых продуктах и услугах. Разбор претензий потребителей как способ создания уважительных партнерских отношений фирмы с ними. Взаимодействие фирмы с потребительскими обществами и контролирующими организациями.

Тема 4. Управление информацией. Формы подачи информационных материалов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Отношения с инвесторами (Investor Relations, IR). Участники IR. Типы инвесторов. Источники получения информации для потенциальных инвесторов. Этапы IR. Понятие IPO (initial public offering). Этапы IPO и роль PR-специалистов на каждом из этапов.

Тема 5. Рекламная деятельность.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Виды рекламных кампаний. План маркетинга, план маркетинговых коммуникаций и план рекламы. Составление плана рекламных кампаний. Разработка рекламной концепции и ее формата. Определение объекта (адресата) и субъекта рекламы. Разработка мотива (УТП) рекламы. Выбор средств распространения рекламы. Медиапланирование: особенности, основные показатели. Составление рекламного сообщения (объявления): слогана, текста, иллюстраций, носителей рекламы, музыкального сопровождения и т.д. Установление графика рекламных выступлений. Составление сметы расходов: рекламное бюджетирование.

Тема 6. Кризис-менеджмент.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Теория имиджа Д.Огилви. Имиджи и стереотипы в рекламе. Типы коммуникативных ситуаций, определяющих выбор имиджевых стратегий. Имиджи лживые и правдивые. Природа целостности эмоционально-образного содержания имиджа. Имидж и зона психологического комфорта. Имидж в системе знаний о рекламируемом объекте. Типы ассоциаций, формируемые имиджевыми стратегиями: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи. Критерии оценки ассоциаций.

Тема 7. Технологии привлечения инвестиций, спонсорство и благотворительность.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие покупательского центра и его значение для рекламного процесса. Основные члены покупательского центра. Распределение ролей в покупательском центре. Влияние структуры покупательского центра на рекламный процесс.

Тема 8. Процедурные технологии в PR.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Измерение эффективности PR-деятельности методами социологии. Этапы социологических методов. Модель PII (подготовка-применение-воздействие). Рейтинг и его критерии. Информативность рейтингов. Стандарты PR-качества и PR-сертификации. Требования стандартов. Система ISO для PR-индустрии. Стандарты ISO 9000. Общественный комитет по профессиональной сертификации в области PR. Цели сертификации.

Тема 9. Реализация PR-проектов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Требованиями к содержанию годового отчета (ГО). Задачи ГО. Форматы годовых отчетов. Структура годового отчета. Подготовка годовых отчетов: зарубежный и российский опыт.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
	Тема 1.					

PR-служба в бизнесе.

подготовка по лекционным материалам

выступление

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Планирование PR-деятельности.	7		подготовка по лекционным материалам	6	баллы
3.	Тема 3. Имидж и корпоративные отношения.	7		подготовка по лекционным материалам	5	баллы эссе
4.	Тема 4. Управление информацией. Формы подачи информационных материалов.	7		подготовка по лекционным материалам опрос	4	устный опрос
5.	Тема 5. Рекламная деятельность.	7		подготовка по лекционным материалам	4	контрольная работа
6.	Тема 6. Кризис-менеджмент.	7		подготовка по лекционным материалам	4	устный опрос
7.	Тема 7. Технологии привлечения инвестиций, спонсорство и благотворительность.	7		подготовка по лекционным материалам	4	устный опрос
8.	Тема 8. Процедурные технологии в PR.	7		подготовка по лекционным материалам	4	устный опрос
9.	Тема 9. Реализация PR-проектов.	7		подготовка по лекционным материалам	8	контрольная работа
	Итого				45	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Лекции с применением мультимедийных технологий;

Проведение семинаров в форме групповых дискуссий;

Проведение практических занятий в форме творческой мастерской и case study;

Использование деловых игр на практических занятиях.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. PR-служба в бизнесе.

публичное выступление , примерные вопросы:

1. Наука управления как база для разрешения проблем 2. Особенности науки управления и научного метода. 3. Субъект и объект управленческого решения. 4. Критерии состояния объекта 5. Факторный анализ (анализ причинно-следственных связей), как основы формулирования проблемы в практике принятия решения 6. Понятие управленческого решения 7. Подходы к пониманию природы управленческого решения 8. Роль управленческого решения в процессе управления 9. Алгоритм выработки управленческих решений 10. Основные точки зрения на природу управленческого решения

Тема 2. Планирование PR-деятельности.

баллы , примерные вопросы:

1. Функции решения в теории и методологии организации процесса управления 2. Функции управления. 3. Управление, как цикл решения проблемы или последовательных решений. 4. Типология управленческих решений. 5. Краткая характеристика основных подходов к типологизации управленческих решений 6. Управленческое решение как инструмент борьбы с неопределенностью 7. Индивидуальные и групповые управленческие решения 8. Оперативные, тактические и стратегические решения 9. Бинарные и малоальтернативные решения 10. Многоальтернативные и непрерывные решения

Тема 3. Имидж и корпоративные отношения.

баллы эссе , примерные темы:

1. Внешняя среда и ее влияние на процесс принятия и реализации управленческого решения 2. Элементы и компоненты внешней среды. 3. Внутренняя среда и ее срезы. 4. Методы анализа среды: матрица SWOT 5. Методы анализа среды: метод позиционирования 6. Методы анализа среды: матрица возможностей 7. Методы анализа среды: матрица угроз 8. Методы анализа среды: метод составления профиля среды 9. Взаимная детерминированность целей и альтернатив 10. Категории ?цель? и ?альтернативы?

Тема 4. Управление информацией. Формы подачи информационных материалов.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Условия, формируемые состоянием среды 2. Определенность, риск, неопределенность 3. Ограничения и факторы, влияющие на принятие решений. 4. Время и изменяющаяся среда 5. Информационные, поведенческие ограничения 6. Негативные последствия и взаимозависимость решений. 7. Причины, снижающие эффективность реализации принятых решений (порок решения, вина исполнителя, непредвиденные обстоятельства и др.) 8. Сопоставимость, взаимоисключаемость и полнота альтернатив 9. Основные правила обеспечения сопоставимости альтернатив 10. Методы получения информации по альтернативным вариантам

Тема 5. Рекламная деятельность.

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Основные факторы, влияющие на эффективность и качество решения. 2. Общие требования к целям, их классификация. 3. Подходы к формированию критериев оценки эффективности решений. 4. Система ценностей организации как мерило управленческого решения. 5. Условия применения (потребления, эксплуатации) объекта для обеспечения сопоставимости альтернативных вариантов управленческого решения 6. Требование взаимоисключаемости альтернатив 7. Неограниченные и направляющие цели 8. Принципы сравнения разных альтернатив 9. Методы многокритериальной оценки альтернатив 10. Типология методов оценки альтернатив

Тема 6. Кризис-менеджмент.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Методологические особенности принятия управленческого решения 2. Общие теоретические подходы 3. Основные концепции принятия решения. 4. Методы выбора наилучшей альтернативы в условиях определенности, риска и неопределенности 5. Прямые методы 6. Методы компенсации 7. Методы порогов несравнимости 8. Аксиоматические методы 9. Человеко-машинные методы 10. особенности использования человеко-машинных методов

Тема 7. Технологии привлечения инвестиций, спонсорство и благотворительность.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Основные виды организационных решений. 2. Прогноз, типология, количественные и качественные методы прогнозирования. 3. План, типология планов, особенности некоторых методов планирования. 4. Нормирование в прогнозировании и планировании. 5. Супероптимальные управленческие решения 6. Активизирующие психологические методы 7. Метод конференции идей 8. Метод вопросов и ответов 9. Метод наставничества 10. Метод работы с внешними консультантами

Тема 8. Процедурные технологии в PR.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Необходимые условия для организации системы контроля, наличие организации и плана. 2. Алгоритм организации выполнения и контроля управленческого решения. 3. Роль информации в реальном времени. 4. Значение опережающего контроля. 5. Масштаб управляемости и объем контроля 6. Воздействие контроля на эффективность разработки и реализации управленческого решения. 7. Значение процедур как инструмента контроля 8. Алгоритм разработки процедур 9. Правила применения процедур контроля качества управленческого решения 10. Процесс контроля качества управленческого решения

Тема 9. Реализация PR-проектов.

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Роль руководителя в процессе выработки и реализации управленческого решения 2. Общие человеческие ценности и роль морально-нравственных основ в практике принятия решений. 3. Стимулирование и кадровое обеспечение. 4. Тайна и конфиденциальность при разработке управленческого решения. 5. Оценка возможной ответственности при разработке управленческого решения 6. Роль руководителя в процессе выработки и реализации управленческого решения. 7. Стимулирование и кадровое обеспечение. 8. Тайна и конфиденциальность при разработке управленческого решения. 9. Оценка возможной ответственности при разработке управленческого решения. 10. Основные ограничения в работе руководителя

Итоговая форма контроля

экзамен (в 7 семестре)

Примерные вопросы к итоговой форме контроля

1. Субъект и объект управленческого решения.
2. Критерии состояния объекта, факторный анализ (анализ причинно-следственных связей), как основы формулирования проблемы в практике принятия решения.
3. Функции решения в теории и методологии организации процесса управления.
4. Функции управления.
5. Управление, как цикл решения проблемы или последовательных решений.
6. Типология управленческих решений.
7. Внешняя среда и ее влияние на процесс принятия и реализации управленческого решения, ее элементы и компоненты.
8. Внутренняя среда и ее срезы.
9. Методы анализа среды: матрица SWOT, метод позиционирования, матрица возможностей, матрица угроз,

метод составления профиля среды.

10. Условия, формируемые состоянием среды, определенность, риск, неопределенность.
11. Ограничения и факторы, влияющие на принятие решений.
12. Время и изменяющаяся среда, информационные, поведенческие ограничения, негативные последствия и взаимозависимость решений.
13. Причины, снижающие эффективность реализации принятых решений (порок решения, вина исполнителя, непредвиденные обстоятельства и др.).
14. Основные факторы, влияющие на эффективность и качество решения.
15. Общие требования к целям, их классификация.
16. Подходы к формированию критериев оценки эффективности решений.
17. Система ценностей организации как мерило управленческого решения.
18. Методологические особенности принятия управленческого решения, общие теоретические подходы, основные концепции принятия решения.
19. Методы выбора наилучшей альтернативы в условиях определенности, риска и неопределенности.
20. Основные виды организационных решений.
21. Прогноз, типология, количественные и качественные методы прогнозирования.
22. План, типология планов, особенности некоторых методов планирования.
23. Нормирование в прогнозировании и планировании.
24. Необходимые условия для организации системы контроля, наличие организации и плана.
25. Алгоритм организации выполнения и контроля управленческого решения.
26. Роль информации в реальном времени.
27. Значение опережающего контроля.
28. Масштаб управляемости и объем контроля, их воздействие на эффективность разработки и реализации управленческого решения.
29. Роль руководителя в процессе выработки и реализации управленческого решения.
30. Стимулирование и кадровое обеспечение.
31. Тайна и конфиденциальность при разработке управленческого решения.
32. Оценка возможной ответственности при разработке управленческого решения

7.1. Основная литература:

1. Реклама: управленческий аспект: Учебное пособие / Нархов Д.Ю., - 2-е изд., стер. - М.:Флинта, Изд-во Урал.ун-та, 2017. - 263 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=948829>
2. Консалтинг персонала : учеб.пособие / О.Л. Чуланова. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 163 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=754649>
3. Управленческий консалтинг : учебник / Ю.Н. Лапыгин. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 330 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=672964>

7.2. Дополнительная литература:

1. Методы принятия управленческих решений : учеб.пособие / Н.В. Кузнецова. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 222 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=902147>

2. Антикризисное управление организацией : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин, В.А. Трифонов. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 143 с. Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=912469>

3. Антикризисное управление. Теория и практика / Захаров В.Я., Блинов А.О., Хавин Д.В. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с. Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=859062>

7.3. Интернет-ресурсы:

Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - www.ipranet.org

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) - www.akos-icco.ru

Международная ассоциация бизнес-коммуникаций (IABC) - www.iabc.org.ru

Международная организация компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO) - www.iccopr.com

Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - www.raso.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Управленческие решения" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, оргтехника (проектор для показа слайдов, ноутбук), теле- и аудиоаппаратура (всё - в стандартной комплектации для практических занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях), доступ к традиционным книжным и электронным ресурсам научной библиотеки.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Мюллер Д.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Сунцов А.В. _____

"__" _____ 201__ г.