

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о документе:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 22.05.2025 13:56:39
Уникальный образцовый ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»**
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК
Кафедра управления

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
экономики и управления АПК
Д.И. Хоружий
«30» 05 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.05.10 МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и медиакоммуникации

Курс 3

Семестр 6

Форма обучения - очная

Год начала подготовки 2024

Москва, 2024

Разработчик: Сухарникова М.А., к.э.н., доцент



«29» августа 2024 г

Рецензент: Бесшапошный М.Н., к.э.н., доцент



«29» августа 2024 г

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профессиональные стандарты 04.015 Специалист в области перевода, 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и учебного плана.

Программа обсуждена на заседании кафедры управления
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

Заведующий кафедрой управления
Кошелев В.М., д.э.н., профессор



«29» августа 2024 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии
института экономики и управления АПК
Гупалова Т.Н., к.э.н., доцент



Протокол № 1

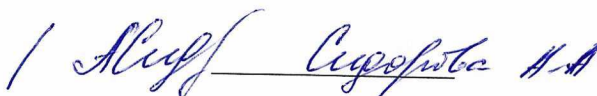
«30» августа 2024 г.

И.о. заведующего выпускающей кафедрой
связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма
Евграфова Л.В., к.э.н., доцент



«29» августа 2024 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ



СОДЕРЖАНИЕ

Оглавление

АННОТАЦИЯ.....	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ.....	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ.....	6
ПО СЕМЕСТРАМ.....	6
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.3 ЛЕКЦИЯ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	7
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	10
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	11
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	14
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	14
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	15
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ	15
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....	15
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ....	16
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
Виды и формы отработки пропущенных занятий.....	17
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	17

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.10 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности «Реклама и медиакоммуникации»

Цель освоения дисциплины: формирование теоретических знаний в области современного менеджмента, практических навыков коммуникации и социального взаимодействия, организации и планирования мероприятий.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, модуль общепрофессиональной подготовки.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): УК-3 (УК-3.1; УК-3.2); УК-6 (УК-6.1; УК-6.2).

Краткое содержание дисциплины: Объект и субъект менеджмента; эволюция школ менеджмента; основные подходы в менеджменте; функции управления; методы управления; структуры управления.

Общая трудоемкость дисциплины/в т.ч. практическая подготовка: 108 час / 0 час. (3 зач.ед.).

Промежуточный контроль: зачет.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является формирование теоретических знаний в области современного менеджмента, практических навыков коммуникации и социального взаимодействия, организации и планирования мероприятий.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» являются: Логика и теория аргументации, Деловая коммуникация, Введение в коммуникационные специальности, Основы теории коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Теория и практика медиакоммуникаций, Современные экономические отношения, Цифровые коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях.

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: Межкультурная коммуникация в рекламе и связях с общественностью, Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Основы маркетинга, Реклама и связи с общественностью в сфере АПК, Основы репутационного менеджмента, Технологии управления общественным мнением, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Образовательные результаты освоения дисциплины обучающимися, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетен- ции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетен- ций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	УК-3	Способен осуществлять социаль- ное взаимодействие и реализовы- вать свою роль в команде	УК-3.1 Умеет взаимодей- ствовать в команде	Особенности работы в ко- манде	Формировать цели и задачи команды; распределять обя- занности в команде	Навыкам совместного об- суждения, принятия и реа- лизации решений
			УК-3.2 Владеет основами командообразования	Разновидности групп и ко- манд; модели командообразо- вания; виды групповых ро- лей; стадии развития группы	Осуществлять выбор модели команды; формировать ко- манду	Навыками формирования группы
2	УК-6	Способен управлять своим време- нем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на ос- нове принципов образования в те- чение всей жизни	УК-6.1 Знает основы тайм-менеджмента	Инструменты анализа ис- пользования рабочего вре- мени; основы планирования рабочего времени	проводить аудит своего вре- мени и анализировать при- чины дефицита времени; оце- нивать свои резервы времени и рационально их использо- вать	Навыками определения приоритетов деятельности и постановке адекватных це- лей; знаниями планирова- ния и целеполагания; навы- ками оценки и анализа вре- менных ресурсов, эффек- тивного использования ра- бочего времени
			УК-6.2 Умеет выстраивать и реализовывать траекто- рию саморазвития	способы и методы саморазви- тия и самообразования; Со- временные системы мотива- ции, развития трудового по- тенциал	самостоятельно овладевать знаниями и навыками их при- менения в профессиональной деятельности, давать пра- вильную самооценку, выби- рать методы и средства раз- вития потенциал; формули- ровать и решать управленче- ские задачи на основе совре- менных концепций управле- ния человеческими ресур- сами	навыками самостоятельной, творческой работы, уме- нием организовать свой труд; способностью к само- анализу и самоконтролю, самообразованию и самосо- вершенствованию, к поиску и реализации новых, эффек- тивных форм организации своей деятельности

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час. всего/*	в т.ч. по семестрам
		№ 6
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108/0	108/0
1. Контактная работа:	50,25	50,25
Аудиторная работа	50,25	50,25
Лекция (Л)	16	16
Практическое занятие (ПЗ)	34	34
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	57,75	57,75
написание эссе		
подготовка к контрольной работе (тестированию)	4	4
решение ситуационных задач	8	8
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)	36,75	36,75
подготовка к зачету	9	9
Вид промежуточного контроля	зачет	

* в том числе практическая подготовка

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ всего/*	ПКР всего/*	
Раздел 1 «Сущность менеджмента. Особенности менеджмента в рекламе»	18	2	4		12
Раздел 2 «Эволюция науки управления»	18	2	4		12
Раздел 3 «Функции управления»	18	2	4		12
Раздел 4 «Управление социально-экономическими системами»	53,75	10	22		21,75
КРА на промежуточном контроле	0,25			0,25	
Всего за 6 семестр	108	16	34	0,25	57,75
Итого по дисциплине	108	16	34/0	0,25/0	57,75

* в том числе практическая подготовка

Раздел 1. Сущность менеджмента. Особенности менеджмента в рекламе

Тема 1. Понятие, сущность и виды менеджмента

Цели, задачи, содержание курса. Связь курса с другими дисциплинами. Законы, закономерности и принципы менеджмента. Предмет и метод науки. Объект и субъект менеджмента. Виды менеджмента. Понятие, специфика и принципы управления на предприятиях АПК. Особенности менеджмента в рекламе и связях с общественностью.

Тема 2. Основы теории организаций.

Взаимосвязь теории организации и менеджмента. Понятие организации. Виды организаций. Организации как открытая система. Внешняя и внутренняя среда организации.

Раздел 2. Эволюция науки управления

Тема 3. Школы управления

Сущность, особенности возникновения, преимущества и недостатки, представители основных школ управления: научная школа, административный подход, школа человеческих отношений, школа поведенческих наук и др.

Тема 4. Основные подходы в менеджменте.

Процессный, системный, ситуационный подходы и их производные (проектный, логико-структурный и др.).

Раздел 3. Функции управления

Тема 5. Функции управления

Классификации функций управления Общие и конкретные функции управления.

Раздел 4. Управление социально-экономическими системами.

Тема 6. Методы управления.

Классификации методов управления. Административные, экономические, социально-психологические методы управления

Тема 7. Организационные структуры и структуры управления.

Место структур в общей системе менеджмента. Регламентация функций менеджмента в структурах. Разновидности, принципы и особенности построения различных типов структур.

Тема 8. Формирование структурных подразделений

Виды подразделений организации. Механизмы формирования подразделений. Работа с малыми группами. Командный менеджмент.

Темы 9. Основы управления персоналом организации.

Персонал - объект и субъект управления. Классификации персонала. Управление персоналом как функция менеджмента. Управление персоналом - элемент системы организации. Подходы к управлению персоналом в историческом процессе организационно-культурной эволюции. Элементы системы управления персоналом.

Тема 10. Разработка и принятие управленческих решений в рекламе и связях с общественностью.

Особенности управленческих решений. Классификация управленческих решений. Методы разработки управленческих решений. Технологии и организация процесса принятия решений.

Тема 11. Оценка эффективности управления организацией.

Результат, эффект, эффективность. Специфика управленческого труда и эффективность управления. Методические подходы к оценке эффективности управления.

4.3 Лекция и практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций, практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций и практических занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Сущность менеджмента. Особенности менеджмента в рекламе		УК-3, УК-6		6
	Тема 1. Понятие, сущность и виды менеджмента	Лекция № 1. Сущность и виды менеджмента. Организации как объект управления	УК-3, УК-6		2
		Практическая работа № 1. Виды менеджмента	УК-3, УК-6	Устный опрос, обсуждение	2
	Тема 2. Основы теории организаций	Практическая работа № 2. Особенности управления организаций различных правовых форм	УК-3, УК-6	Устный опрос, обсуждение	2
2.	Раздел 2. Эволюция науки управления		УК-3, УК-6, ПКО-1		6

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций и практических занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Тема 3. Школы управления	Лекция № 2. Эволюция школ управления. Основные подходы в менеджменте	УК-3, УК-6		2
	Тема 4. Основные подходы в менеджменте	Практическое занятие № 4. Логико-структурный подход в менеджменте	УК-3	Выполнение групповых заданий. Тестирование LMS Moodle	4
п	Раздел 3. Функции управления		УК-3, УК-6		6
	Тема 5. Функции управления	Лекция № 3. Общие и специфические функции управления	УК-3, УК-6		2
		Практическое занятие № 5. Общие функции управления	УК-3, УК-6	Выполнение индивидуальных заданий.	2
		Практическое занятие № 6. Конкретные функции управления	УК-3, УК-6	Выполнение индивидуальных заданий. Тестирование LMS Moodle	2
4	Раздел 4. Управление социально-экономическими системами		УК-3, УК-6		32
	Тема 6. Методы управления	Лекция № 4. Методы управления	УК-3, УК-6		2
		Практическое занятие № 6. Административные методы управления	УК-3, УК-6	Выполнение групповых заданий.	4
		Практическое занятие № 7. Экономические методы управления	УК-3, УК-6	Выполнение индивидуальных заданий (творческое задание в форме эссе).	4
		Практическое занятие № 8. Социально-психологические методы управления	УК-3, УК-6	Выполнение индивидуальных заданий. Тестирование LMS Moodle	2
	Тема 7. Организационные структуры и структуры управления	Лекция № 5. Организационные структуры и структуры управления. Механизмы формирования структурных подразделений.	УК-3, УК-6		2
		Практическое занятие № 9. Анализ и построение структуры управления	УК-3, УК-6	Выполнение групповых заданий.	2
	Тема 8. Формирование структурных подразделений	Практическое занятие № 10 Работа с малыми группами.	УК-3	Тестирование на определение групповой роли.	2
		Лекция № 6. Персонал - объект и субъект управления	УК-3, УК-6,		2

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций и практических занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Темы 9. Основы управления персоналом организации.	Практическое занятие № 11. Управление персоналом как функция менеджмента	УК-3, УК-6	Выполнение индивидуальных заданий. Тестирование LMS Moodle	8
	Тема 10. Разработка и принятие управленческих решений в рекламе и связях с общественностью.	Лекция № 7. Управленческие решения.	УК-3, УК-6		2
		Практическое занятие № 12. Технологии и организация процесса принятия решений.	УК-3, УК-6	Выполнение индивидуальных заданий.	
	Тема 11. Оценка эффективности управления организацией.	Лекция № 8. Методические подходы к оценке эффективности управления	УК-6		2

Проведение практических занятий посредством выполнения заданий в электронном курсе на LMS Moodle по ссылке <https://sdo.timacad.ru/course/view.php?id=429>.

Самостоятельная работа студента также осуществляется в электронном курсе на LMS Moodle по ссылке <https://sdo.timacad.ru/course/view.php?id=429>.

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1. Сущность менеджмента. Особенности менеджмента в рекламе		
1.	Тема 1. Понятие, сущность и виды менеджмента	Сущность и виды менеджмента: понятия менеджмента, их сравнительная характеристика; организованные системы различной природы; социальное управление; социально-экономическая система; объект и субъект менеджмента; управляемая и управляющая системы. АПК как объект управления: специфические особенности АПК как объекта управления; АПК как сложная социально-экономическая система; свойства социально-экономических систем; организационно-экономическая, технологическая, техническая и др. системы управления АПК Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью (УК-3, УК-6)
2.	Тема 2. Основы теории организаций	Организационно-правовые формы предприятий, организаций и учреждений. Организация управления в организациях различных форм собственности: особенности управления в акционерных обществах; производственные кооперативы как объект управления; особенности управления организаций государственной собственности и др. (УК-3, УК-6)
Раздел 2. Эволюция науки управления		
1.	Тема 3. Школы управления	Р. Оуэн, Ч.Бэббидж: практический менеджмент. Й.Шумпетер – вклад в теорию управления. Вклад Ф.Тейлора в развитие научной школы менеджмента. М.Вебер и рациональная бюрократия. Влияние Ф. и Л. Гилбрет, Г.Гантта, С.Паркинсона, О.А.Ерманского на развитие науки управления. Хотторнские эксперименты. Э.Мэйо, М.П.Фоллетт – школа человеческих отношений. А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макклеланд – представители ранней школы поведенческих наук. Д.Уот-

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
		сон, К. Арджирис, Р. Лайкерт, Д. Мак-Грегор, У. Оучи: бихевиористическое направление школы поведенческих наук. Школа социальных систем (УК-3, УК-6)
2.	Тема 4. Основные подходы в менеджменте	Процессный, системный, ситуационный и логико-структурный подходы в менеджменте; сущность основных подходов (УК-3, УК-6)
Раздел 3. Функции управления		
1.	Тема 5. Функции управления	Функции управления: основные классификационные признаки функций менеджмента; общие и конкретные функции менеджмента; регламентация функций менеджмента в должностных инструкциях; аппарат управления; категории управленческих работников в зависимости от выполняемых ими функций (УК-3, УК-6)
Раздел 4. Управление социально-экономическими системами		
1.	Тема 6. Методы управления	Экономические методы: понятие и сущность основных методов менеджмента; использование и роль экономических методов в управлении; основные инструменты экономических методов менеджмента; оценка эффективности экономических методов Административные методы: сущность административных методов управления; виды организационного воздействия; организационное нормирование; организационного регламентирование; администрирование; оперативно-распорядительное воздействие; правовая форма воздействия; организационный механизм управления Социально-психологические методы: сущность социально-психологических методов управления; виды социально-психологического воздействия; личность как объект и субъект управления; коллектив как объект управления; формирование и развитие групп; психология организаторской деятельности (УК-3, УК-6)
2.	Тема 7. Организационные структуры и структуры управления	Производственная и организационная структуры. Структура управления: понятие структуры управления; функции менеджмента в процессе формирования структуры управления; ступени и органы структуры управления; связи по горизонтали, вертикали; связи методического характера; связи координации; формальная и неформальная структуры управления; требования к структуре управления и факторы ее определяющие; основные типы структур управления (УК-3, УК-6)
3.	Тема 8. Формирование структурных подразделений	Группа как основа социальной организации. Формальные, неформальные, референтные группы. Групповая динамика. Лидерство в группах. Групповые роли. Стадии формирования группы. Группа и команда. Модели командообразования (УК-3, УК-6)
4.	Темы 9. Основы управления персоналом организации.	Технократический подход. Доктрина человеческих отношений. Развитие индивидуальной ответственности. Командный менеджмент (УК-3, УК-6)
5.	Тема 10. Разработка и принятие управленческих решений в рекламе и связях с общественностью.	Основные аспекты управленческих решений: организационный, психологический, правовой, информационный, экономический и социальный. Классификация управленческих решений. Формализованные методы разработки управленческих решений. Неформализованные методы разработки управленческих решений (УК-3, УК-6)
6.	Тема 11. Оценка эффективности управления организаций.	Пути повышения эффективности управления. Методические подходы определения эффективности управления. Социальная ответственность и этика бизнеса (УК-3, УК-6)

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1.	Школы управления	ПЗ	Работа в малых группах
2.	Основные подходы в менеджменте	ПЗ	Работа в малых группах
3.	Методы управления	ПЗ	Работа в малых группах
4.	Организационные структуры и структуры управления	ПЗ	Работа в малых группах
5.	Формирование структурных подразделений	ПЗ	Тестирование на определение роли в коллективе

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

Текущий контроль успеваемости производится посредством тестирования в электронном курсе на LMS Moodle по ссылке <https://sdo.timacad.ru/course/view.php?id=429>.

Примерный тест по теме 9. Основы управления персоналом организации

1. Заполните таблицу

<i>Подход</i>	<i>Отношение к человеку в организации</i>
<i>Технократический подход</i>	<i>Использование человеческих ресурсов</i>
<i>Доктрина человеческих отношений</i>	
<i>Развитие индивидуальной ответственности</i>	
<i>Командный менеджмент</i>	

2. Рынок труда - ...

- а) совокупность социально-экономических отношений между государством, работодателями и работниками по вопросу использования рабочей силы в процессе производства
- б) совокупность социально-экономических отношений между работодателями и работниками по вопросу купли-продажи рабочей силы, обучения работников и использования их в процессе производства
- в) совокупность социально-экономических отношений между государством, работодателями и работниками по вопросу купли-продажи рабочей силы, обучения работников и использования их в процессе производства

3. Кто или что формирует кадровую политику организации?

- а) государство;
- б) высшие органы управления организацией;
- в) формирование происходит в двух направлениях: государственная кадровая политика формируется парламентом, правящей партией и правительством; на предприятии кадровая политика формируется высшим органом управления;
- г) рынок труда.

4. Определение совокупности людей, способных в ближайшей перспективе занять новые рабочие места или должности, изменить род занятий, исходя из внутренней мотивации, материальных или моральных стимулов входит в подсистему...

- а) кадровая политика
- б) оценка персонала
- в) адаптация персонала
- г) подбор персонала
- д) расстановка персонала

5. В какую подсистему управления персоналом входит организация испытательного срока, работа с молодыми специалистами, методы наставничества и консультирования, развитие человеческих ресурсов?
- а) кадровая политика
 - б) оценка персонала
 - в) адаптация персонала
 - г) подбор персонала
 - д) расстановка персонала
6. Общая потребность экономики в наемной силе - ...
- а) совокупный спрос
 - б) совокупное предложение
 - в) эффективный спрос
7. Часть населения страны, которая в силу психофизических и интеллектуальных качеств способна производить материальные блага или услуги - ...
- а) трудовой потенциал
 - б) трудовые ресурсы
 - в) рабочая сила
 - г) персонал организации
 - д) экономически пассивное население
8. Персонал организации по характеру выполняемых функций подразделяют
- а) производственный
 - б) управленческий
 - в) технический
9. Какая кадровая политика разрабатывается на основании обоснованного прогноза и стратегии развития организации и управления персоналом, имеет средства воздействия на прогнозируемую ситуацию?
- а) активная
 - б) пассивная
 - в) интерактивная
10. Что входит в задачу качественного анализа персонала при его планировании?
- а) прогноз развития персонала
 - б) определение числа сотрудников по каждой категории персонала
 - в) определение и оценка знаний и умений сотрудников к четко определенному времени планирования

Вопросы для подготовки к контрольным мероприятиям (текущий контроль)

Пример устного опроса по теме 1. Понятие, сущность и виды менеджмента

- 1. Менеджмент и управление: сходства и различия?
- 2. Что такое управление? Какие виды управления существуют? По каким классификационным признакам можно выделить виды управления?
- 3. В чем заключается менеджмент?
- 4. Роль связей с общественностью в управлении агропромышленными предприятиями.
- 5. Особенности PR менеджмента в АПК.
- 6. АПК как объект управления: специфические особенности АПК как объекта управления;
- 7. АПК как сложная социально-экономическая система;
- 8. Свойства социально-экономических систем;
- 9. Организационно-экономическая, технологическая, техническая и др. системы управления АПК.
- 10. Предмет и метод науки управления;

11. Как законы природы влияют на систему управления АПК?
12. Назовите и охарактеризуйте основные экономические законы.
13. Законы управления: сущность, особенности, характеристика.
14. Закон и закономерность: в чем сходства и различия?
15. Классификация закономерностей управления?
16. Что такое принцип управления?
17. Организационно-экономические принципы управления.
18. Организационно-технические принципы управления.
19. Территориальный принцип управления.
20. Отраслевой принцип управления.
21. Комбинированный принцип управления.
22. Цели и задачи менеджмента: понятия и сущность.
23. Классификации целей менеджмента по различным признакам: по существу; по периоду; по содержанию.
24. Сущность целеполагания.

Перечень вопросов, выносимых на зачет

1. Административные методы управления
2. Аппарат управления. Категории работников аппарата управления.
3. Законы и закономерности менеджмента.
4. Категории персонала организации.
5. Классификации методов управления.
6. Классификации целей менеджмента
7. Классификация функций управления
8. Коллектив как объект и субъект управления.
9. Коммуникативность, коммуникации в организации, их виды и роль в управлении.
10. Контроль как функция управления
11. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности, его место в системе социально-экономических отношений.
12. Методология принятия управленческих решений.
13. Мотивация, ее основные задачи, сущность, мотивационный процесс.
14. Объект и субъект управления. Управляющая и управляемая система менеджмента.
15. Организационная структура и структура управления.
16. Организационные структуры и структуры управления: порядок формирования.
17. Организация как объект менеджмента. Органы управления организацией.
18. Основные подходы в менеджменте.
19. Основные типы структур управления, их достоинства и недостатки.
20. Особенности PR менеджмента в АПК.
21. Отечественные и зарубежные школы менеджмента
22. Персонал, как объект и субъект управления.
23. Понятие и значение функций управления. Классификация функций управления.
24. Понятие и характеристика среды организации.
25. Принципы формирования структурных подразделений организации.
26. Процесс коммуникации, его элементы.
27. Процесс принятия управленческих решений. Уровни и этапы принятия решений.
28. Регламентаций функций управления в положениях и должностных инструкциях.
29. Роль связей с общественностью в управлении агропромышленными предприятиями.
30. Система менеджмента: элементы, объекты, подсистемы, взаимосвязи.
31. Система управления персоналом.
32. Создание команд; модели командообразования.
33. Состав и содержание функций аппарата управления.
34. Социально-психологические методы управления.
35. Сравнение моделей менеджмента в различных странах (США, Япония, Германия).

36. Стратегии управления персоналом.
37. Сущность делегирования, правила и принципы делегирования.
38. Сущность и характерные черты современного менеджмента.
39. Типы групп и их характеристики.
40. Типы решений в управлении, требования к ним, методы принятия решений.
41. Управление группами в организации.
42. Формирование кадровой политики.
43. Целеполагание в менеджменте.
44. Цикл менеджмента, характеристика его основных составляющих.
45. Эволюция теории управления.
46. Экономические методы управления
47. Эффективность менеджмента. Методики оценки.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Контроль освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» осуществляется с использованием традиционной системы.

Контроль освоения дисциплины в 6 семестре осуществляется в форме зачета. Ответ студента на зачете оценивается одной из следующих оценок: «зачтено» и «незачтено», которые выставляются по следующим критериям:

Оценки «зачтено» заслуживает студент:

- обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную кафедрой для изучения данной дисциплины.
- обнаруживший полное знание учебного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную кафедрой, демонстрирующий систематический характер знаний по дисциплине и способный к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.
- показавший знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы; справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе, не носящие принципиального характера, обладающий необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.
- Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.

Оценка «незачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает сущности излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Менеджмент : учебник для академического бакалавриата / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 595 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18246-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534603>.

2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 543 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19926-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557341>

7.2 Дополнительная литература

3. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10440-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541551>
4. Менеджмент : учебник для вузов / Н. И. Астахова [и др.] ; ответственные редакторы Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16387-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535896>.
5. Коргова, М. А. Менеджмент организации : учебное пособие для академического бакалавриата / М. А. Коргова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18727-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545442>

7.3 Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс РФ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://elib.timacad.ru> Электронно-библиотечная система РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева (открытый доступ).
2. www.cnshe.ru ФГБНУ Центральная научная сельскохозяйственная библиотека (открытый доступ).
3. <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> Реестр профессиональных стандартов (открытый доступ).
4. <https://sdo.timacad.ru/course/view.php?id=429> Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (открытый доступ)

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 9

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
1.	Раздел 1. Сущность менеджмента. Особенности менеджмента в рекламе	Microsoft Word	текстовый процессор	Microsoft	1983
		Microsoft Power Point	система по созданию презентаций	Microsoft	1987
2.	Раздел 2. Эволюция науки управления	Microsoft Word	текстовый процессор	Microsoft	1983
		Microsoft Power Point	система по созданию презентаций	Microsoft	1987
3.	Раздел 3. Функции управления	Microsoft Word	текстовый процессор	Microsoft	1983

		Microsoft Power Point	система по созданию презентаций	Microsoft	1987
4.	Раздел 4. Управление социально-экономическими системами	Microsoft Word	текстовый процессор	Microsoft	1983
		Microsoft Power Point	система по созданию презентаций	Microsoft	1987
		Microsoft Excel	табличный процессор	Microsoft	1984

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 10

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 1 (Лиственничная аллея, 2 а), № 502	1. Проектор – 1 шт. (Инв. № 35203) 2. Моноблок 2-х местный без спинки -14 шт.(Инв. № 560939) Моноблок 2-х местный со спинкой - 4 шт.(Инв. № 560940) 3. Стол двухместный 1 шт. (Инв. № 332088) 4. Доска белая– 1 шт. (Инв. № 332050) 5. Экран портативный на штативе - 1 шт. (Инв. № 332049) 6.. Демонстративный альбом - флипчарт– 1 шт. (Инв. № 332078)
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 1 (Лиственничная аллея, 4 а), № 513	1. Проектор – 1 шт. (Инв. № 35203) 2. Моноблок 2-х местный без спинки -14 шт.(Инв. № 560939) Моноблок 2-х местный со спинкой - 4 шт.(Инв. № 560940) 3. Стол двухместный 1 шт. (Инв. № 332088) 4. Доска белая– 1 шт. (Инв. № 332050) 5. Экран портативный на штативе - 1 шт. (Инв. № 332049) 6.. Демонстративный альбом - флипчарт– 1 шт. (Инв. № 332078)
Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова, читальный зал	
Студенческое общежитие, Комната для самоподготовки	

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Необходимым условием эффективной работы студентов на практических занятиях по дисциплине «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является изучение необходимого теоретического материала. При изучении каждого раздела дисциплины проводится контроль знаний с целью проверки и коррекции хода освоения теоретического материала и практических умений и навыков. Контроль знаний проводится по графику в часы практических занятий по основному расписанию. Студент обязан отчитаться по всем учебным разделам дисциплины; к промежуточной аттестации допускаются студенты, сдавшие все задания, предусмотренные программой.

Выполнение большинства практических и домашних заданий потребует от студента самостоятельного поиска информации по теме изучения.

Методические рекомендации к практическим занятиям

При подготовке к практическим занятиям обучающимся необходимо изучить основную и дополнительную литературу, рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики, ответить на контрольные вопросы. В течение практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

В ходе занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия: вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа студентов организуется в соответствии с настоящей рабочей программой. Студент обязан в полном объеме использовать предусмотренное время для изучения вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение. Во время самостоятельной работы студент прорабатывает материал обязательной и дополнительной учебной литературы. В случае возникновения затруднений в освоении материала студент обращается к преподавателю за разъяснением во время, отведенное для индивидуальных консультаций.

Подготовка к контрольным мероприятиям

Текущий контроль проводится на каждом аудиторном занятии. Формы и методы текущего контроля: устное выборочное собеседование, проверка и оценка выполнения практических заданий, подготовка отчетов по заданиям для выполнения в малых группах и др.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Задолженности по текущему и промежуточному контролю можно сдавать в период, установленный правилами вуза и соответствующими распоряжениями компетентных лиц:

По посещению – путем самостоятельного изучения вопросов и выполнения тестовых заданий по пропущенной теме.

По выполнению контрольных заданий – путем написания и защиты соответствующих контрольных заданий по мере их готовности.

Студент, пропустивший занятия обязан получить от преподавателя индивидуальное задание, предусмотренное учебным планом, выполнить и защитить его. Прием и защита индивидуальных заданий проводятся в часы и дни, установленные преподавателем.

Если студент не прошел текущий контроль, он продолжает учиться и имеет право проходить следующий текущий контроль по этой дисциплине. Графики пересдач составляются на кафедре. В конце семестра на основании поэтапного контроля обучения принимается решение о допуске студента к промежуточной аттестации или освобождении от нее.

Отработка пропущенного материала возможна в качестве самостоятельной работы в электронном курсе на LMS Moodle по ссылке <https://sdo.timacad.ru/course/view.php?id=429>.

К промежуточной аттестации допускаются студенты, сдавшие все задания, предусмотренные программой. Если студент имеет задолженности по текущему контролю, то до промежуточной аттестации студент не допускается и считается задолжником по этой дисциплине.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

При разработке рабочей программы дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» могут быть сформированы различные варианты тематических планов лекций и форм их проведения. При этом должна обеспечиваться координация, согласованность этих видов занятий.

Реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Определенную часть времени лекции или практического занятия целесообразно выделить на то, чтобы сориентировать студентов в использовании рекомендуемой литературы и

других элементов учебно-методического комплекса. На лекциях важно детально рассматривать основные термины и категории, что позволит студентам освоить профессиональную терминологию и адаптироваться к реальным условиям производственной, научной и образовательной деятельности.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования различных видов оценочных средств. Устные опросы целесообразно проводить во время практических занятий, а также при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала. Письменные творческие задания в форме эссе позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе. Эссе проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям.

Решение задач осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) студента по решению практической ситуационной задачи.

Эффективным интерактивным способом решения задач является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема материала, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. Решение задач с глубоким обоснованием представляются на проверку в письменном виде.

При оценке решения задач анализируется понимание студентом конкретной ситуации, правильность выбора метода решения, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки теоретического материала.

Решение заданий в тестовой форме проводится в течение изучения дисциплины. Преподаватель должен определить студентам исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники для подготовки.

Каждому студенту отводится на тестирование время, соответствующее количеству тестовых заданий. До окончания теста студент может еще раз просмотреть все свои ответы на задания и при необходимости внести коррективы.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.

Дискуссии происходят в виде обсуждения заданной темы. Требуется проявить логику изложения материала, представить аргументацию, ответить на вопросы участников дискуссии.

Разработчик
Сухарникова М.А., к.э.н., доцент



РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
Б1.О.05.10 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»
ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность
«Реклама и медиакоммуникации»
(квалификация выпускника – бакалавр)

Бесшапошным Максимом Николаевичем, доцентом кафедры политической экономики и мировой экономики, к.э.н. (далее по тексту рецензент), проведено рецензирование рабочей программы дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и медиакоммуникации» (бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре управления (разработчик – Сухарникова М.А., доцент, к.э.н.).

Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к обязательной части учебного цикла – Б1.О.

3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» закреплено 2 компетенции. Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

5. Общая трудоёмкость дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» составляет 3 зачётных единиц (108 часов).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и возможность дублирования в содержании отсутствует.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

8. Программа дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» предполагает занятия в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

10. Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, выполнение эссе, участие в тестировании, работа над домашним заданием и аудиторных заданиях), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины обязательной части учебного цикла – Б1.О ФГОС направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

11. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника, дополнительной литературой – 2 наименования, нормативно-правовыми актами – 1 источник, Интернет-ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и медиакоммуникации» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Сухарниковой М.А., доцентом, к.э.н., соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент:

Бесшапошный М.Н.,
доцент кафедры политической экономики
и мировой экономики, к.э.н.
«29» августа 2024 г.

