

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 16:07:17
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.



АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: к.б.н., доцент Воробьева А.С.

A handwritten signature in blue ink, which appears to be "А.С. Воробьева", is written on a light blue rectangular background.

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Основы менеджмента» направлена на формирование у студентов научного представления об управлении, как о виде профессиональной деятельности, на освоение студентами общетеоретических положений управления, социально-экономическими системами, умениями и навыками практического решения управленческих проблем.

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов научных фундаментальных теоретических знаний в области менеджмента; освоение студентами основных принципов и методов организации и управления предприятием в современных условиях хозяйствования; изучение процессов принятия решений в области менеджмента; ознакомление с современными методами и приемами работы в условиях отраслевой конкуренции; формирование современного управленческого мышления, знаний и навыков по принятию и реализации управленческих решений.

Основные задачи дисциплины:

- изучить концепции, функции, задачи и практические методы менеджмента;
- изучение понятия, закономерностей, принципов, основных категорий менеджмента и эволюции его теории и практики, важность человеческого фактора в управлении;
- ознакомление студентов с механизмом принятия решений и оценкой их эффективности;
- раскрыть особенности организационной структуры и управления, обучить способам повышения эффективности менеджмента в рекламной сфере деятельности;
- определение роли и места менеджера в организации, требований к современному руководителю;
- приобретение студентами системных практических навыков выполнения основных функций менеджмента, развитие навыков принятия решений;
- выработка умений в управлении персоналом, в управлении конфликтами, стрессами и изменениями;
- разработка и совершенствование стратегического управления организацией, ее формальных и неформальных групп, основных функций (планирования, организации, мотивации, контроля);

В процессе освоения курса «Основы менеджмента» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия

по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Данная учебная дисциплина входит в учебном плане в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина является частью системы дисциплин, формирующих универсальные и профессиональные компетенции.

Освоение курса основывается на знаниях, приобретенных при изучении предшествующих дисциплин: «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной сфере», «Введение в профессию», «Основы теории коммуникации», мастер-класс «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» и др.

Дисциплина «Основы менеджмента» является базовым теоретическим и практическим основанием для дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта», «Основы маркетинга», «Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью в различных сферах», «Коммуникационный менеджмент современной компании».

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины:

- **знать** основные положения экономики, специфику психологии личности, основные понятия и категории психологии и управления персоналом; особенности организации рекламных кампаний;
- **уметь** планировать организацию рекламных кампаний, анализировать коммуникационные процессы; планировать деятельность в области рекламы;
- **владеть** способностью организовать свой труд и самостоятельно оценивать результаты своей деятельности; навыками работы и общения в группе, в коллективе; способностью к обобщению, анализу, восприятию информации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные теоретические положения и принципы современного менеджмента, основные школы менеджмента, современные концепции менеджмента и их влияние в рекламе и PR;
- внешнюю и внутреннюю среду предприятия (организации), основы корпоративной культуры;

- менеджмент в глобальной рекламе и способы выхода на международный рынок; особенности менеджмента на малых предприятиях;
- основы этики менеджмента в рекламе и PR;
- постановку целей и планирование в организации, формулировку и внедрение рекламной стратегии;
- принятие управленческих решений в области рекламы и PR, основы организации и достижение стратегических целей; управление человеческими ресурсами;
- основы лидерства, мотивации и коммуникации, командные принципы работы; системы управленческого контроля, управление производством и предоставлением услуг;
- основы информационных технологий в рекламе и PR.

Уметь:

- планировать и подготавливать рекламные решения и PR-методы; прогнозировать ситуацию для принятия оперативных, тактических и стратегических решений в области рекламы и PR;
- принимать основные решения при организации нового рекламного бизнеса;
- управлять и мотивировать персонал в области рекламы и PR; управлять конфликтными коммуникациями между людьми и организациями;
- использовать информационные системы и технологии в рекламе и PR.

Владеть:

- терминологией и навыками решений в менеджменте;
- принципами и методами управления персоналом;
- навыками принятия допустимых, рациональных и оптимальных решений в области рекламы и PR-технологий.

3. Объем дисциплины:

Объем дисциплины: 6 зачетных единиц, 216 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 52 часа, практические занятия 53 часа,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

самостоятельная работа: 84 часа, в том числе контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК.6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 3 семестр; экзамен, 4 семестр.

6. Язык преподавания русский.