

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.01 Современный менеджмент

Авторы: д.э.н., доцент, директор центра ПУСК НИЛ РЕУР Суслов Ю.Е.
к.э.н., доцент кафедры менеджмента Козырев А.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент
профиль «Управление проектами и программами»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области проблем теории и практики менеджмента

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или 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.
Тема 8.	Проблемы теории и практики управления устойчивым развитием человечества.
Тема 9.	Системные и кибернетические основы управления
Тема 10.	Измерение качества в управлении

Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:

При проведении занятий лекционного типа: устный опрос (УО), тестирование (Т)
при проведении занятий практического (семинарского) типа: контрольные работы;
при контроле результатов самостоятельной работы студентов: контрольные работы.

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК ОС-2.1	Знать: подходы и концепции современного менеджмента; места проектно-ориентированного подхода в устойчивом развитии; системные и кибернетические основания устойчивого развития социально-экономических систем.
	Уметь: применять принципы проектного подхода для решения профессиональных задач; организовывать процессы выработки и анализа идей проектов для решения

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	<p>проблем организации и общества.</p> <p>Владеть: навыками использования методов, процедур и инструментов проектного управления; генерации и отбора идей проектов; инициирования проекта в организации.</p>
УК ОС-3.1	<p>Знать: современные методы саморазвития и самоорганизации; информационные основы личностного саморазвития и самореализации; методы творческого решения задач (ТРЗ) для личностного саморазвития и самореализации; роли личностного интеллектуального развития в качестве жизни человека; методы целеполагания, принципы планирования личного времени, способы и методы саморазвития и самообразования.</p> <p>Уметь: применять методы творческого решения задач (ТРЗ) для личностного саморазвития, самореализации и переосмысления накопленного опыта в собственной учебно-профессиональной деятельности; применять методы управления временем своей жизни, иметь способность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала; применять информационно-аналитические технологии при формировании программы профессионального саморазвития</p> <p>Владеть: навыками информационного обеспечения личностного саморазвития и самореализации в собственной учебно-профессиональной деятельности; навыками и способностью творческого решения задач (ТРЗ) для личностного саморазвития и самореализации; технологиями и техниками управления временем своей жизни, способностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала и способностью критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт в собственной учебно-профессиональной деятельности; коммуникативными навыками, навыками кросскультурной коммуникации, навыками профессиональной деловой терминологии в целях саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала.</p>

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

1. Гапоненко, Александр Лукич. Теория управления [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академ. бакалавриата [по эконом. направлениям и специальностям] / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2018. - 336 с.
2. 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.
3. Курс МВА по менеджменту [Электронный ресурс] / Л.Брэдфорд Дэвид – М.: Альпина, 2016. – 508 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop/ru/43677.html>
4. Малюк, Владимир Иванович. Современные проблемы менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2018. - 192 с.
5. Management, 13th Edition, by Richard L. Daft.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.02 Теория организации и организационное поведение

Авторы: д.э.н., доцент, директор центра ПУСК НИЛ РЕУР Суслов Ю.Е.
к.э.н., доцент кафедры менеджмента Кучина О.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление проектами и программами»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области теории организации и организационного поведения

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или 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)

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

- устный опрос по теме занятия;
- выполнение практических кейс-заданий.

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
УК ОС-1.1	Знать: основные направления футурологических поисков и предназначение гуманитарных наук и научных дисциплин обществознания в формировании логики и прогнозов развития

	человечества
	Уметь: использовать основы философских знаний для оценивания и анализа различных социальных тенденций, явлений и фактов
	Владеть: навыками разработки и принятия управленческих решений в проектировании устойчивого развития социально-экономических систем
УК ОС-5.1	Знать: 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.
	Владеть: навыками организации командной работы: делегировать полномочия и ответственность, распределять задачи и контролировать их выполнение, оценивать общий прогресс и эффективность групповой работы
	Владеть: навыками формирования команд на принципах взаимодействия, с учётом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов проектной команды

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

1. Борисова Л.Г. Организационный дизайн и современные концепции управления: учебное пособие. – М.: Дело, 2008.
2. Ньюстром Дж., Дэвис К. Организационное поведение. – СПб.: Питер, 2000.
3. Попова, Е. П. Теория организации: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Попова, К. В. Решетникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 338 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00766-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/412850>
4. Р. Дафт, Дж. Мерфи, Х. Уилмотт. Организационная теория и дизайн. – СПб.: Питер, 2013.
5. Роббинз С.П. Основы организационного поведения; Ун-т Сан-Диего. - 8-е изд. - М.: Вильямс, 2006.
6. 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.Б.03 Современные коммуникации в менеджменте

Автор: Кандидат культурологии, доцент Гришанин Н.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление проектами и программами»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины: *Сформировать компетенцию в области коммуникаций в сфере менеджмента.*

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1	Виды деловых коммуникаций.
Тема 2	Формы делового публичного выступления.
Тема 3	Топика и аргументация. Техники убеждения. Композиция речи.
Тема 4	Невербальная коммуникация. Интонации, темп, громкость, эмоции и подтексты.
Тема 5	Диалог. Нетворкинг и аттракция.
Тема 6	Управление личными коммуникациями
Тема 7	Социальные коммуникации: теория и практика
Тема 8	Деловые коммуникации: внутрикорпоративные и клиентские коммуникации. Совещания и переговоры
Тема 9	Массовые коммуникации: средства и технологии
Тема 10	Сетевые коммуникации: этика и нормы поведения, технологии управления имиджем

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется выполнение индивидуальных практических заданий.

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
УК ОС-4.1	На уровне знаний: <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

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	<p>коммуникации в устной и письменной форме, виды деловых писем и документов, фиксирующих социально-правовые отношения, принципы построения и методики оценки публичного выступления в рамках устной PR-коммуникации и письменных форм PR-текстов.</p> <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.
УК ОС-5.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специфику межличностного и межгруппового взаимодействия, основные техники и приемы эффективного общения; • принципов проведения и организации различных форм командной работы (круглого стола, дискуссии, мозгового штурма и т.д.). • особенностей социальных, этнических, конфессиональных, культурных проблем, возникающих в условиях существующей информационной среды современных социально-экономических систем; • психологических аспектов социально-экономического поведения; • социокультурных норм бытового и делового общения, а также правил речевого этикета; • методик формирования и развития команды; • методов разрешения конфликтов.

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявлять этические проблемы, связанные с противоречием информационно-технологического базиса и управленческих запросов современного общества; • вести общение профессионального характера в коллективе с работниками иностранного происхождения без переводчика; понимать аутентичную иноязычную речь на слух в объеме программной тематики.

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 Паблишер, 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.Б.04 Финансовый менеджмент и корпоративные финансы

Авторы: д.э.н., доцент, директор центра ПУСК НИЛ РЕУР Суслов Ю.Е.
д.э.н., профессор кафедры менеджмента Морозова М.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление проектами и программами»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области финансового менеджмента и методов управления корпоративными финансами.

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Опрос, дискуссия, решение задач.

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК ОС-1.1	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.

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	<p>на уровне умений: рассчитывать на основе типовых методик финансово-экономические показатели, анализировать, обобщать и интерпретировать финансовую, статистическую и иную информацию.</p> <p>на уровне навыков: способами оценки с учетом действующей нормативно-правовой базы стратегических и тактических мероприятий в области привлечения, распределения и использования денежных средств, обеспечивающих устойчивое развитие корпорации;</p> <p>способность использовать результаты экономических расчетов при принятии решений в области корпоративных финансов.</p>

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

1. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2012.
2. Ибрагимов, Р. Г. Корпоративные финансы. Финансовые решения и ценность фирмы : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Р. Г. Ибрагимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 184 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02638-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/414282>
3. Коваленко Б.Б. Стратегия и тактика корпоративного управления [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Б.Б. Коваленко, И.Г. Сергеева— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Университет ИТМО, 2015.— 173 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68155.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Когденко В.Г. Корпоративная финансовая политика [Электронный ресурс]: монография/ В.Г. Когденко— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 614 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66271.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 377 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03726-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/420908>
6. Хиггинс Р.С. Финансовый анализ: инструменты принятия бизнес-решений. – М.: Изд-во Вильямс, 2008.
7. Юджин Ф. Бригхем, Джоэл А. Хьюстон Финансовый менеджмент. – СПб.: Изд-во Питер, 2013.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.05 Методы исследований в менеджменте

Авторы: д.э.н., доцент, директор центра ПУСК НИЛ РЕУР Суслов Ю.Е.
д.э.н., профессор кафедры менеджмента Морозова М.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление проектами и программами»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области методов и процедур исследований в области менеджмента

План курса:

№ 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
Тема 1.	Методологические основы исследований в менеджменте
Тема 2.	Системный подход в менеджменте

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Опрос – монологический ответ обучающегося на вопросы преподавателя. Вопрос задается группе, после чего вызывается отвечающий. После его ответа преподаватель просит дополнить, уточнить, исправить ответ. Делает замечания сам по ответу и выставляет оценку. После чего задает следующий вопрос и таким образом опрашивает от 3 до 6 человек. На ответ отводится в среднем 5-10 минут.

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	на уровне знаний: <ul style="list-style-type: none">• эволюция системного движения, основные понятия, принципы и модели системного анализа;• теоретические основы разработки управленческих решений и методы

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК ОС-1.1	<p>критического анализа для решения профессиональных задач</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные направления футурологических поисков и предназначение гуманитарных наук и научных дисциплин обществознания в формировании логики и прогнозов развития человечества; • состав компонентов «проблеморазрешающей» системы в системном анализе.
	<p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать философские знания для оценки и анализа социально-экономических тенденций, явлений и фактов; • использовать модели и методы системного анализа в постановке и решения проблем управления; • анализировать глобальные и цивилизационные процессы в информационной сфере.
	<p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способность абстрактно мыслить, анализировать, синтезировать получаемую информацию; • владение методами системного анализа в постановке и решения проблем управления системного анализа; • владение навыками разработки и принятия управленческих решений в проектировании устойчивого развития социально-экономических систем; • способностью абстрактно мыслить, анализировать, синтезировать получаемую информацию.

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

1. Saunders M, Lewis P. and Thornhill A. (2018) Research Methods for Business Students (8-th Edition) Pearson.
2. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016.
3. Методы исследований в экономике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ И.В. Нусратуллин— Электрон. текстовые данные.— Уфа: Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВО «АТиСО», 2015.— 228 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66758.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Кричевский М.Л. Методы исследования в менеджменте. [Текст]: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр")/ М. Л. Кричевский - М.: Кнорус, 2016.- 296 с.
5. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ Родионова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 415 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52061>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Савельев И.И., Блинов А.О., Рудакова О.С., Никифорова С.В. Методы исследования в менеджменте. – М.: КНОРУС, 2017.
7. Фрейдина, Е.В. Исследование систем управления [Текст] : Учеб. пособие / Е.В.Фрейдина; Под ред. Ю.В.Гусева. - 3-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2010. - 368 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.06 Стратегический менеджмент и стратегический анализ

Авторы: д.э.н., доцент, директор центра ПУСК НИЛ РЕУР Суслов Ю.Е.
к.э.н., доцент кафедры менеджмента Козырев А.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление проектами и программами»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области стратегического менеджмента и методов стратегического анализа

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
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 государственного и регионального управления
Тема 5	Стратегии функционального уровня. 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
Тема 9	Взаимодействие стратегического и проектного управления
Тема 10	Стратегия личностного развития

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Устный опрос, Кейс-задания, Контрольная работа

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов магистранта на вопросы экзаменационного билета и устных ответов на дополнительные вопросы.

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• принципы стратегического и проектного менеджмента;• современное состояние проектно-ориентированного подхода и возможности его развития;• принципы и методы стратегического анализа.

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК ОС-2.1	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организовывать работу по разработке стратегии и реализации проектов; • разрабатывать комплексный план управления проектом; • организовывать процессы мониторинга, контроля и корректировки проекта; • организовывать процессы завершения проекта.
УК ОС-3.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы и принципы самоменеджмента; • методы разработки и реализации стратегии личностного развития.
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять методы стратегического анализа при разработке индивидуальной стратегии развития; • использовать методы разработки и реализации стратегии личностного развития.
УК ОС-3.2	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать собственную стратегию саморазвития; • осуществлять декомпозицию стратегических целей в тактические и оперативные планы деятельности.
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками стратегического анализа для разработки индивидуальной стратегии развития; • навыками постановки личностных и профессиональных жизненных целей; • навыками декомпозиции стратегических целей в тактические и оперативные планы деятельности.

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.07 Проектный подход в менеджменте

Авторы: к.э.н, доцент кафедры менеджмента Суслов Е.Ю.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление проектами и программами»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области проектного подхода в менеджменте

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1	История развития управления проектами
Тема 2	Международные и национальные стандарты управления проектам
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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Контрольная работа, устный опрос

Зачёт проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
УК ОС-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:

- навыками и способностями применения методов и инструментов проектного подхода при решении профессиональных задач.

Основная литература:**Все источники взаимозаменяемые**

1. Зуб, А.Т. Управление проектами: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 422 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/413026>
2. Управление проектами: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ. ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 383 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/412602>
3. Управление проектами: учебное пособие. / Суслов Е.Ю., Овчинникова Н.М.– СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015.– 130 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.1 Иностранный язык профессиональных коммуникаций

Автор: доцент Горн Е.А.**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.02 Менеджмент профиль «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью»**Квалификация (степень) выпускника:** Магистр**Форма обучения:** очная/заочная**Цель освоения дисциплины:***Сформировать компетенцию в области иностранного языка профессиональных коммуникаций***План курса:**

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1.	Организационная стр-ра и процессы. Видовременная система английского глагола
Тема 2.	Барьеры к эффективной коммуникации. Правила составления CV
Тема 3.	Пути улучшения коммуникации. Инфинитив и инфинитивные конструкции
Тема 4.	Принятие решения. Проблемы при принятии решения. Написание эссе
Тема 5.	Отбор сотрудников. Обучение персонала. Реферирование текста по специальности. Research Proposal
Тема 6.	Оценка качества работы сотрудников. Причастие и герундий. Эффективная презентация
Тема 7.	Письменный перевод профессионального текста . Реферирование текста по специальности
Тема 8.	Защита индивидуальных проектов

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Организационная стр-ра и процессы. Видовременная система английского глагола	УО
Тема 2. Барьеры к эффективной коммуникации. Правила составления CV	CV
Тема 3. Пути улучшения коммуникации. Инфинитив и инфинитивные конструкции	УО
Тема 4. Принятие решения. Проблемы при принятии решения. Написание эссе	Э
Тема 5. Отбор сотрудников. Обучение персонала. Реферирование текста по специальности. Research Proposal	Research proposal

* УО – устный опрос;

CV – автобиография;

Э – эссе

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен: устный опрос по экзаменационным билетам. Устный (письменный) перевод с русского языка на иностранный и с иностранного на русский предложений, содержащих специальную лексику. Монологическое высказывание по специальным темам.

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
УК ОС – 3.2	на уровне знаний: особенности системы изучаемого иностранного языка в его фонетическом, лексическом и грамматическом аспектах; историю и культуру стран изучаемого языка;
	на уровне умений: способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
	на уровне навыков: владеть коммуникативными навыками, навыками кросскультурной коммуникации, навыками восприятия профессиональной деловой терминологии в целях саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала
УК ОС – 4.1	на уровне знаний: разговорный и письменный иностранный язык для решения задач профессиональной деятельности;
	на уровне умений: читать и вести разговор для решения задач профессиональной деятельности;
	на уровне навыков: владеть навыками коммуникации, в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.
УК ОС – 5.2	на уровне знаний: социокультурные нормы бытового и делового общения, а также правила речевого этикета, позволяющие специалисту эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире;
	на уровне умений: вести общение профессионального характера в коллективе с работниками иностранного происхождения без переводчика; понимать аутентичную иноязычную речь на слух в объеме программной тематики;
	на уровне навыков: быть готовым руководить коллективом, толерантно воспринимая языковые различия в сфере своей профессиональной деятельности.

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.2 Программные средства управления проектами

Автор: Кандидат культурологии, доцент кафедры журналистики
медиакоммуникаций Н.В. Гришанин

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль
Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области стандартов и сертификации в проектном управлении

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1.	Обзор программных средств управления проектами
Тема 2.	Программные продукты управления проектами
Тема 3.	Особенности проектного подхода при разработке ИТ и ПО
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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Обзор программных средств управления проектами	Контрольная работа, устный опрос Активность на семинарских занятиях (количество и качество докладов). Содержательная активность магистранта, качество практических рекомендаций для принятия управленческих решений при проведении кейс-стади. Решение практических заданий. Результат проведения промежуточной аттестации.
Тема 2. Программные продукты управления проектами	
Тема 3. Особенности проектного подхода при разработке ИТ и ПО	
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	

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-4.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> теоретические основы, принципы, методы и процедуры проведения прикладных исследований и обработки их результатов. <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"> разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний; применять современные методы проведения прикладных исследований, обработки их результатов, а также подготовки отчетных материалов.

Основная литература:**Все источники взаимозаменяемые**

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.

1. Управление проектами: учебное пособие. / Суслов Е.Ю., Овчинникова Н.М.– СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015.– 130 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ОД.3 «Копирайтинг. Искусство текстовой коммуникации»

Автор: Д.филол.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Глущенко О.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Систематизировать знания в области лингвистики и филологии в целом и направлен на овладение навыками порождения текста для организационно-управленческой, аналитической деятельности и деятельности в сфере маркетинга.

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1.	Текст как составляющая процесса коммуникации
Тема 2.	Искусство порождения текста в письменной коммуникации
Тема 3.	Искусство порождения текста в устной коммуникации

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1 Текст как составляющая процесса коммуникации	устный опрос тестирование
Тема 2 Искусство порождения текста в письменной коммуникации	устный опрос кейсовое задание
Тема 3 Искусство порождения текста в устной коммуникации	устный опрос кейсовое задание

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код этапа освоения	Результаты обучения
--------------------	---------------------

<i>компетенции</i>	
ПК-2.1 ПК-4.1 ПК ОС-12.1	На уровне знаний: основные законы построения текста в сфере устной и письменной коммуникации
	На уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять выбор языковых форм для создания текста с учетом его жанра; • оценивать целесообразность композиционного, жанрового и языкового оформления текста; выбрать целесообразный метод редактирования текста с учетом его жанра
	На уровне навыков: навыками применения лексических, грамматических, семантических, стилистических норм современного русского языка

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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.ОД.4. Управление репутацией компании в сфере интернет

Автор: К. филос. наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Раменский П.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Овладеть навыками для организационно-управленческой и аналитической деятельности.

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или 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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

<i>Тема</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
Тема 1. Интернет исследования для специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью	устный опрос кейсовое задание тестирование
Тема 2. Рекламная кампания в Интернете	устный опрос кейсовое задание презентация
Тема 3. SERM – поисковое управление репутацией в социальных сетях и блогах. ORM – управление репутацией онлайн.	устный опрос кейсовое задание
Тема 4. SEO-консалтинг: продвижение компании в поисковых системах	устный опрос кейсовое задание презентация
Тема 5. Репутационные интернет-риски и корпоративный сайт компании	устный опрос кейсовое задание

Дифференцированный зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; • методы клиентского сервиса в связях с общественностью; • теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры управления организациями, коллективами, проектами; • представления о современной системе документационного обеспечения работы в сфере рекламы и связей с общественностью; • основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа; • механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения; • основные проблемы в коммуникационном взаимодействии

			<p>по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа, категориально-понятийный аппарат в сфере формирования деловой репутации;</p> <p>методы оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике.</p> <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; <p>разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний.</p> <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; <p>навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний.</p>
ПК-5	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоретические основы, принципы, методы и процедуры проведения прикладных исследований и обработки их результатов, в том числе экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать и интерпретировать данные для решения прикладных задач в области стратегического управления.

			<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки использования современных методов и процедур проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, в том числе с использованием информационных технологий.
ПК ОС-12	<p>способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия</p>	ПК-12.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • положения и принципы общенаучного уровня методологии УП УР СЭС, законы сохранения и изменения в системе «природа – общество – человек», модели управления развитием в системе «потребление – производство – окружающая среда»; • теоретические основы, принципы, методы и процедуры экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • находить применение законов и принципов общенаучного уровня методологии УП УР СЭС в управлении бизнес-процессами предприятий/организации. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки использования современных методов и процедур проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, в том числе с использованием информационных технологий.

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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.
4. Окрепилов В. В. Развитие системы государственных стандартов по оценке деловой репутации / В. В. Окрепилов, И. Г. Окрепилова, А. Ю. Янченко // Экономика и управление. - 2017. - N. 2. - С. 4-11
5. Комарова А. В. Репутационные активы международной компании как фактор повышения конкурентоспособности на российском рынке / А. В. Комарова, М. Г. Руденко // Российский внешнеэкономический вестник. - 2017. - N. 9. - С. 85-93
6. Козлова Н. П. Основные компоненты и критерии оценки деловой репутации современной компании / Н. П. Козлова // Российское предпринимательство. - 2014. - N. 22. - С. 158-167

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.5 Организация публичных мероприятий

Автор: К. филологических наук, доцент кафедры социальных технологий
Сосновская А.М.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль
"Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Систематизировать знания по управлению проектами в сфере публичных коммуникаций и направлен на овладение навыками для организационно-управленческой деятельности и деятельности в сфере маркетинга.

План курса:

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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Наименование тем (разделов),	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
Тема 1. История развития публичных мероприятий в России и мире.	устный опрос
Тема 2. Понятие, сущность и формы публичных мероприятий.	устный опрос
Тема 3. Подбор персонала и управление командой публичных мероприятий.	устный опрос
Тема 4. Медиарелейшнз публичных мероприятий.	устный опрос кейсовое задание презентация
Тема 5. Организация мероприятий в сфере политики и государственного управления.	устный опрос кейсовое задание
Тема 6. Внутрикорпоративные мероприятия.	устный опрос кейсовое задание презентация тестирование

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-1	способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий; • 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
ПК-3	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	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 анализа финансового состояния корпорации; • навыки использования современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.
ДПК-1	<p>способность управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность</p>	ДПК-1.2	<p>На уровне знаний:</p> <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; • законы социальной психологии; • основные приемы работы на изучаемом рынке и ключевые показатели эффективности. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний; • 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. <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.

Основная литература:
Все источники взаимозаменяемые

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.-Петербург. гос. ун-т. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 399 с.
3. Управление публичной политикой / [В. В. Абрамов и др.] ; под ред. Л. В. Сморгунова ; С.-Петербург. гос. ун-т, Исслед. ком. 48 "Адм. культура" Междунар. ассоц. полит. науки, Исслед. ком. по сравнит. политологии Рос. ассоц. полит. науки. - М. : Аспект Пресс, 2015. - 319 с.
4. Чумиков, Александр Николаевич. Переговоры-фасилитация-медиация : [учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"] / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 158 с.
5. Шугрина Е. С. О проверке конституционности правил организации и проведения публичных мероприятий/ Е. С. Шугрина // Актуальные проблемы российского права. - 2013. - N. 4. - С. 377-388
6. Юри, Уильям. Гарвардская школа переговоров : Как говорить НЕТ и добиваться результатов / Уильям Юри ; пер. с англ. Т. Новиковой. - 2-е изд. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2013. - 234 с.
7. GR и лоббизм: теория и технологии [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [по экон. направлениям и специальностям] / [В. А. Ачкасова и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой ; Высш. шк. журн. и массовых коммуникаций СПбГУ. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2017. - 315 с.
8. Damm, Sven. Event Management: How to Apply Best Practices to Small Scale Events, Diplomica Verlag, 2012. Режим доступа:
ProQuest Ebook Central,<https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=887540>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.6 Современные креативные технологии

Автор: К. куль-ии., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций
Гришанин Н.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль
"Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Овладение навыками разработки креативных продуктов в рамках реализации рекламного и пиар-проектов для организационно-управленческой деятельности и деятельности в сфере маркетинга.

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1.	Техники креативного мышления
Тема 2.	Креативный бриф.
Тема 3.	Brand idea: от задумки до реализации

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Наименование тем (разделов)	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
Техники креативного мышления	устный опрос тестирование
Креативный бриф.	устный опрос кейсовое задание
Brand idea: от задумки до реализации	устный опрос кейсовое задание

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Для выявления уровня освоения компетенции применяется сочетание письменных ответов на основной вопрос, устные ответы и выполнение практических заданий в команде.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.2	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none">основные законы построения креативной стратегии разработки рекламного и пиар продукта На уровне умений:

			<ul style="list-style-type: none"> • осуществлять выбор креативных техник для разработки рекламного и пиар продукта; • оценивать потребительские инсайты согласно разработанного рекламного и пиар-продукта <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками применения техник креативного мышления и методик анализа рекламного и пиар продуктов
ДПК-2	способность разрабатывать имидж-политику организации и управлять процессами в области репутационного менеджмента	ДПК-2.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования коммуникационных систем; • сущность, функции и классификацию имиджа, а также механизмы формирования имиджа и его активов; • принципы и этапы разработки стратегии продвижения товара, стратегии и тактики продаж, организации рекламной кампании, разработки логотипа, слогана и основные методики оценки имиджа. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ориентироваться в формировании имиджа посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; • использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при создании и реализации имиджа компании; • осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по трансформации имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки по созданию, планированию и формированию имиджа навыками организации и оперативного планирования своей деятельности, а также деятельности фирмы и организации; • навыки прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации.

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

1. Альтшуллер, Генрих Саулович. Найти идею [Электронный ресурс] : введение в ТРИЗ - теорию решения изобретательских задач / Генрих Альтшуллер. - 7-е изд. - Электрон. текстовые дан. - М. : Альпина Паблицер, 2014. - 408 с.
2. Бабич, А. В. Эффективная обработка информации (Mind mapping) [Электронный ресурс] / А.В. Бабич. - 2-е изд., испр. - Электрон. дан. - М. : ИНТУИТ, 2016. - 280 с.

3. Коттер, Джон П. Ускорение перемен : как придать вашей организации стратегическую гибкость для успеха в быстро меняющемся мире / Джон П. Коттер ; пер. с англ. [Л. Пирожкова]. - М. : Олимп-Бизнес [и др.], 2014. - 190 с.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. Engaging Imagination and Developing Creativity in Education (2nd Edition), edited by Krystina Madej, et al., Cambridge Scholars Publishing, 2015. Режим доступа - ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=4534782>
9. Gamble, Stephen. Visual Content Marketing : Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers, John Wiley & Sons, Incorporated, 2016. Режим доступа - ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=4462540>
10. Мередит, Джек Р. Управление проектами [Электронный ресурс] / Дж. Мередит, С. Мантел (мл.). – СПб. [и др.]: Питер, 2015.
(idp.nwira.ru:2228/reading.php?productid=342035)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ОД.7 «Система управления отношениями с клиентом и клиентский консалтинг в рекламе и связях с общественностью»

Автор: К. фил.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций
Низовцева Н.Ф.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Овладение навыками эффективного управления рекламными и пиар-коллективами, формирования компетенций управления различными формами консалтинга в РиСО

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1.	Место, роль и функции отдела рекламы и СО 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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Наименование тем (разделов)	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
Тема 1. Место, роль и функции отдела рекламы и СО в системе менеджмента организации	устный опрос тестирование
Тема 2. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью.	устный опрос кейсовое задание
Тема 3. Стратегический менеджмент. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью.	устный опрос кейсовое задание

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-1	способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1.2	На уровне знаний: <ul style="list-style-type: none">методы клиентского сервиса в связях с общественностью. На уровне умений: <ul style="list-style-type: none">применять современные методы

			<p>управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов.</p> <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.
ПК-2	<p>способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	ПК-2.2	<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;

		<ul style="list-style-type: none"> • применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов; • выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий; • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампании. <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 кампании.
ДПК-3	<p>способность вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов</p>	<p>ДПК-3.3</p> <p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; • 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;

		<ul style="list-style-type: none"> • 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 кампании. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки устной и письменной деловой коммуникации, в том числе навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампании; • 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.
--	--	---

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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.ОД.8 Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций

Автор: Кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Левина С.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

овладение навыками анализа коммуникационной деятельности организации и построения коммуникационного процесса.

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
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 гос. власти и общественных организаций по вопросам коммуникации

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Наименование тем (разделов),	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
Тема 1. Коммуникации в системе государственной власти и общественных организаций. Введение в предмет курса.	устный опрос ролевые игры
Тема 2. Характеристика государственной коммуникации	устный опрос тестирование
Тема 3. Роль СМИ в формировании государственной коммуникации	устный опрос
Тема 4. Способы воссоздания, репрезентации государственной коммуникации.	устный опрос ролевые игры тестирование
Тема 5. Манипулятивные воздействия масс-медиа на общество. Мифотворческая функция СМИ	устный опрос ролевые игры
Тема 6. Консалтинг органов гос. власти и общественных организаций по вопросам коммуникации	устный опрос ролевые игры

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-3	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПК-3.2	<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.
ДПК-1	способностью управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность	ДПК-1.3	<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 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.
ДПК-3	способностью вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов	ДПК-3.3	<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; • механизмы влияния современных

		<p>бизнес-процессов и развития информационных технологий на разработку комплекса маркетинговых коммуникаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 кампании. <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 кампании; • 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.
--	--	--

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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. монография
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. учебное пособие
3. Москальчук Е.И. Стратегии взаимодействия неправительственных организаций с государством в Российской Федерации // Политика и общество. - 2015. - N. 12. - С. 1603 – 1610 статья 2015
4. Чуланова, Оксана Леонидовна. Консалтинг персонала : учеб. пособие / О. Л. Чуланова. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 163 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.1 Имидж-консультирование: основные направления и техники

Автор: К. культурологии, доцент, доцент кафедры социальных технологий
Гришанин Н.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль
"Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенции в области функциональных областей имиджевых стратегий, выявление направлений и техник консалтинга

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
Тема 1.	Имидж как предмет маркетинговой коммуникации
Тема 2.	Имиджелогия как научная дисциплина
Тема 3.	Типология имиджа
Тема 4.	Инструментарий имиджелогии
Тема 5.	Имидж как социально-психологический феномен
Тема 6.	Имидж как феномен массового сознания
Тема 7.	Технологии формирования имиджа
Тема 8.	Психологические технологии имиджирования
Тема 9.	Имидж лидера
Тема 10.	Персональный имидж
Тема 11.	Групповой имидж
Тема 12.	Предметный имидж
Тема 13.	Формирование имиджа организации

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Наименование тем (разделов),	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
Тема 1. Имидж как предмет маркетинговой коммуникации	устный опрос
Тема 2. Имиджелогия как научная дисциплина	устный опрос кейсовое задание тестирование
Тема 3. Типология имиджа	устный опрос кейсовое задание презентация

Наименование тем (разделов),	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
Тема 4. Инструментарий имиджелогии	устный опрос , кейсовое задание презентация
Тема 5. Имидж как социально-психологический феномен	устный опрос кейсовое задание
Тема 6. Имидж как феномен массового сознания	устный опрос презентация
Тема 7. Технологии формирования имиджа	устный опрос презентация
Тема 8. Психологические технологии имиджирования	устный опрос кейсовое задание
Тема 9. Имидж лидера	устный опрос кейсовое задание тестирование
Тема 10. Персональный имидж	презентация
Тема 11. Групповой имидж	кейсовое задание
Тема 12. Предметный имидж	кейсовое задание тестирование
Тема 13. Формирование имиджа организации	кейсовое задание тестирование

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-2	способность разрабатывать имидж-политику организации и управлять процессами в области репутационного менеджмента	ДПК-2.3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сущность, функции и классификацию имиджа, а также механизмы формирования имиджа и его активов); • основные уровни управления имиджем; • принципы и этапы разработки стратегии продвижения товара, стратегии и тактики продаж, организации рекламной кампании, разработки логотипа, слогана и основные методики оценки имиджа. • иметь представления: об основных технологиях и техниках, элементах и операциях, предназначенных для формирования имиджа, обеспечивает технологическую составляющую в этом процессе.

			<ul style="list-style-type: none"> • терминологию коммуникационного, маркетингового и юридического аспектов имиджелогия; <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 оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по трансформации имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками по созданию, планированию и формированию имиджа навыками организации и оперативного планирования своей деятельности, а также деятельности фирмы и организации; • навыками прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений
--	--	--	--

			потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации.
ДПК-4	способность разрабатывать и оценивать контент и формат макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта	ДПК-4.3	<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; • механизмы влияния современных бизнес-процессов и развития информационных технологий на разработку комплекса маркетинговых коммуникаций; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией. <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 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.

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2 «Методы оценки корпоративного имиджа и репутации»

Автор: К.социол.н., доцент, доцент кафедры социальных технологий Лёвина С.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области функциональных областей проектного консалтинга органов государственного управления

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

<i>Наименование тем (разделов),</i>	<i>Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации</i>
Тема 1. Понятия имиджа и репутации, закономерности их формирования.	устный опрос, тестирование
Тема 2. Направления исследования имиджа	устный опрос, тестирование
Тема 3. Критерии оценки имиджа	устный опрос, тестирование
Тема 4. Количественные методы оценки имиджа	устный опрос
Тема 5. Качественные методы оценки имиджа	устный опрос
Тема 6. Оценка имиджа компании в СМИ	устный опрос
Тема 7. Личный имидж руководителя	устный опрос

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ДПК-2	способность разрабатывать имидж-политику организации и управлять процессами в области репутационного менеджмента	ДПК-2.3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сущность, функции и классификацию имиджа, а также механизмы формирования имиджа и его активов); • основные уровни управления имиджем; • принципы и этапы разработки стратегии продвижения товара, стратегии и тактики продаж, организации рекламной кампании, разработки логотипа, слогана и основные методики оценки имиджа. • иметь представления: об основных технологиях и техниках, элементах и операциях, предназначенных для формирования имиджа, обеспечивает технологическую составляющую в этом процессе. • терминологию коммуникационного, маркетингового и юридического аспектов имиджелогия; <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

			<p>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 оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по трансформации имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками по созданию, планированию и формированию имиджа навыками организации и оперативного планирования своей деятельности, а также деятельности фирмы и организации; • навыками прогнозирования развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции товара / организации.
ДПК-4	способность разрабатывать и оценивать контент и формат макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта	ДПК-4.3	<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; • механизмы влияния современных бизнес-процессов и развития информационных технологий на разработку комплекса маркетинговых коммуникаций; • ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия;

			<ul style="list-style-type: none"> • 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 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.
--	--	--	--

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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>.— ЭБС «IPRbooks»
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>.— ЭБС

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.2.1 Концептуальные основы репутационного менеджмента

Автор: К. культурологии, доцент, доцент кафедры социальных технологий Гришанин Н.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области репутационного менеджмента

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или 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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

<i>Наименование тем (разделов),</i>	<i>Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации</i>
Тема 1 Концептуальные основы репутационного менеджмента	устный опрос
Тема 2 Управление репутациями	устный опрос, тестирование
Тема 3 Механизмы репутационного менеджмента	устный опрос, презентация
Тема 4 Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения	устный опрос, презентация
Тема 5 Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	устный опрос
Тема 6. Особенности управления репутацией территории	устный опрос, кейсовое задание презентация, круглый стол

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
ДПК-2.4	На уровне знаний: <i>знать:</i> основы консалтинговой деятельности в России; основы диагностики в консалтинговой деятельности; механизмы и приемы консалтинга в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе);
	На уровне умений: осуществлять диагностико-консультационную работу в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе); эффективно и этично взаимодействовать с консультируемыми в различных сферах деятельности (управлении, политике, бизнесе).
	На уровне навыков:

	<p>взаимодействию консультанта с клиентом, системе диагностики и прогнозирования состояния объекта консультирования.</p> <p>Задачами курса является:</p> <p>изучение методологических основ консалтинговой деятельности, практическое освоение приемов консалтинговой деятельности в различных сферах (например, экономической и политической), развитие у студента необходимых для консалтинговой деятельности личностных качеств.</p>
ПК-2.2	<p>На уровне знаний:</p> <p>иметь 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.</p> <p>определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа;</p> <p>выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий.</p> <p>владеть навыками категориально-понятийным аппаратом в сфере формирования деловой репутации, навыками управления антикризисными программами по восстановлению имиджа компаний;</p> <p>методами оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике.</p> <p>На уровне умений:</p> <p>разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний</p> <p>На уровне навыков:</p> <p>навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний</p>

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.2 Современные технологии в репутационном консалтинге

Автор: К. культурологии, доцент, доцент кафедры социальных технологий
Гришанин Н.В

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль
"Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области нормативного интерактивного проектного планирования ОГУ

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов
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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Наименование тем (разделов),	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
Тема 1. Введение. Феномен консультирования. Консалтинг. Консалтинговая фирма.	устный опрос
Тема 2. История развития консалтинга за рубежом и в России. Элементы политического консалтинга.	устный опрос, кейсовое задание, тестирование
Тема 3. Диагностические средства в работе консультанта.	устный опрос, кейсовое задание, презентация
Тема 4. Консалтинг как процесс взаимодействия с клиентом.	устный опрос, кейсовое задание, презентация
Тема 5. Этапы консультационной работы. Понятие о ФСА.	устный опрос, кейсовое задание
Тема 6. Элементы управленческого консалтинга. Этические	устный опрос, кейсовое задание. презентация

<i>Наименование тем (разделов),</i>	<i>Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации</i>
вопросы в деятельности консультанта.	

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
ДПК-2.4	<p>иметь представления: о современной системе документационного обеспечения работы в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Знать:</p> <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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа; - выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий. <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - категориально-понятийным аппаратом в сфере формирования деловой репутации, навыками управления антикризисными программами по восстановлению имиджа компаний; - методами оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике.
ПК-2	<p>иметь представления: о современной системе документационного обеспечения работы в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Знать:</p> <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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа; - выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий. <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - категориально-понятийным аппаратом в сфере формирования деловой репутации, навыками управления антикризисными программами по восстановлению имиджа компаний; - методами оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике.

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

1. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – М.: Аспект Пресс, 2015. (<http://idp.nwipa.ru:2945/8976.html>)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3.1. «Современные теории массовых коммуникаций»

Автор: К.социол.н., доцент, доцент кафедры социальных технологий Лёвина С.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области непрерывного комплексного планирования организаций

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или 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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

<i>Наименование тем (разделов),</i>	<i>Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации</i>
Тема 1.Понятие массовой коммуникации	устный опрос, тестирование
Тема 2.История развития средств массовой коммуникации	устный опрос, тестирование

Тема 3. Теоретические направления изучения массовой коммуникации	устный опрос, тестирование
Тема 4. Торонтская школа	устный опрос
Тема 5. Теории информационного общества	устный опрос
Тема 6. Семиотические концепции	устный опрос
Тема 7. Франкфуртская школа	устный опрос
Тема 8. Теория культурных индустрий	устный опрос
Тема 9. Психологический подход в изучении массовых коммуникаций	устный опрос
Тема 10. Исследование манипуляций массовым сознанием	устный опрос, тестирование

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ДПК-1	способность управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность	ДПК-1.4	<p>На уровне знаний:</p> <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. <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

			<p>проведенных исследований;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампании. <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.
ДПК-3	<p>способность вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов</p>	ДПК-3.4	<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 кампании. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки управления массовыми

			<p>коммуникативными процессами;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
--	--	--	--

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3.2 Моделирование репутации

Автор: Кандид. филос.н., доцент кафедры журналистики и медийных технологий
Раменский П.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент
профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с
общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области адаптивных информационных и коммуникативных технологий

План курса:

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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

<i>Наименование тем (разделов),</i>	<i>Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации</i>
Тема 1. Модели коллективной репутации	устный опрос, реферат
Тема 2. Модель информационного управления	устный опрос, реферат
Тема 3. Математические модели репутации	устный опрос, реферат
Тема 4. Элементы модели деловой репутации	устный опрос, реферат

Зачёт проводится с применением метода (средства) устный ответы на вопросы билета.

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ДПК-1	способность управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность	ДПК-1.4	<p>На уровне знаний:</p> <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. <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

			<p>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;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампании. <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.
ДПК-3	<p>способность вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов</p>	ДПК-3.4	<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

			<p>стратегии компании; анализировать коммуникационные стратегии компании и бренда;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки управления массовыми коммуникативными процессами; • навыки 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.
--	--	--	--

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

1. Новиков Д.А.. Математические модели формирования и функционирования команд. - М.: Издательство физико- математической литературы,2016. - 184 с.. 2016

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.1 Исследовательская работа и планирование консалтинга в связях с общественностью

Автор: К.э.н., доцент, доцент кафедры социальных технологий Низовцева Н.Ф.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области нормативного интерактивного проектного планирования ОГУ

План курса:

№ п/п	Наименование тем и /или разделов

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

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

	<i>Наименование тем (разделов),</i>	<i>Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации</i>
Тема 1	Организация и содержание маркетинговых исследований	устный опрос
Тема 2	Определение проблемы и формулирование целей маркетингового исследования	устный опрос, КЗ**, Т****
Тема 3	Выбор типа и разработка плана маркетингового исследования.	УО*,КЗ**, П***
Тема 4	Исследовательская работа в управленческом консалтинге	УО*,КЗ**,П***
Тема 5	Выборочные методы маркетинговых исследований	УО*,КЗ**
Тема 6.	Опрос и наблюдение как количественные способы сбора маркетинговой информации	
Тема 7	Эксперименты в маркетинговых исследованиях	
Тема 8.	Полевые работы	УО*,КЗ**, П***

УО* – устный опрос

КЗ** – кейсовое задание

П*** – презентация

Т**** – тестирование

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ДПК-2	способность разрабатывать	ДПК-2.1	На уровне знаний:

	<p>имидж-политику организации и управлять процессами в области репутационного менеджмента</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.
--	---	--

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

6.1. 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.2Инструментарий менеджмента в устойчивом развитии

Автор: К.филол.н., доцент, доцент кафедры социальных технологий Сосновская А.М.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль "Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области нормативного интерактивного проектного планирования ОГУ

План курса:

Тема 1	Тема 1. Предметная область менеджмента устойчивого развития.
Тема 2	Тема 2. Понятия и определения устойчивого развития
Тема 3	Тема 3. Инструментарий менеджмента
Тема 4	Тема 4. Проектная деятельность в условиях устойчивого развития. Устойчивое развитие территорий.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

	<i>Наименование тем (разделов),</i>	<i>Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации</i>
Тема 1	Тема 1. Предметная область менеджмента устойчивого развития.	устный опрос
Тема 2	Тема 2. Понятия и определения устойчивого развития	устный опрос, КЗ**, Т****
Тема 3	Тема 3. Инструментарий менеджмента	УО*, КЗ**, П***
Тема 4	Тема 4. Проектная деятельность в условиях устойчивого развития. Устойчивое развитие территорий.	УО*, КЗ**, П***

УО* – устный опрос

КЗ** – кейсовое задание

П*** – презентация

Т**** – тестирование

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

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

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
УК ОС-2	способность применять проектный подход при решении профессиональных задач	УК ОС-2.2	способность применять методы реализации событийных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе способность подготовить проектную и сопутствующую документацию
УК ОС-5	способность работать в коллективе в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	УК ОС-5.2	Способность разработать проект в команде, в том числе в межэтническом коллективе, и управлять им при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий различной направленности в государственных и негосударственных организациях

Основная литература:

Все источники взаимозаменяемые

6.1. 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>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б2.Н.1 Научно-исследовательская работа

Автор: Д-р филол. наук, заведующий каф. ЖиМК Ким М.Н,

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины: подготовить магистранта как к самостоятельной научно-исследовательской работе, основным результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, так и к проведению научных исследований в составе творческого коллектива.

План курса:

№ п/п	Этапы (периоды) практики (НИР)	Виды работ
1	Подготовительный этап	<ul style="list-style-type: none">- утвержденная тема диссертации и план-график работы над диссертацией с указанием основных мероприятий и сроков их реализации;- постановка целей и задач диссертационного исследования;- определение объекта и предмета исследования;- обоснование актуальности выбранной темы и характеристика современного состояния изучаемой проблемы;- характеристика методологического аппарата, который предполагается использовать;- подбор и изучение основных литературных источников, которые будут использованы в качестве теоретической базы исследования.
2	Научно-	<ul style="list-style-type: none">- подробный обзор литературы по теме

	Исследовательский этап 1	диссертационного исследования, который основывается на актуальных научно-исследовательских публикациях и содержит анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области проводимого исследования, оценку их применимости в рамках диссертационного исследования, а также предполагаемый личный вклад автора в разработку темы; - подготовка 1 главы магистерской диссертации. - Основу обзора литературы должны составлять источники, раскрывающие теоретические аспекты изучаемого вопроса, в первую очередь научные монографии и статьи научных журналов.
3	Научно-Исследовательский этап 2	- сбор фактического материала для диссертационной работы, включая разработку методологии сбора данных, методов обработки результатов, оценку их достоверности и достаточности для завершения работы над диссертацией; - подготовка 2 главы магистерской диссертации.
4	Обработка материалов	- подготовка первоначального текста магистерской диссертации.
5	Подготовка академического текста	- подготовка окончательно текста магистерской диссертации.

Формы текущего контроля и промежуточно аттестации:

В ходе прохождения НИР используются экспертно-консультационные методы текущего контроля успеваемости обучающихся (консультации, экспертиза и др.).

Промежуточная аттестация проводится в форме: составления и защиты отчета (научной статьи).

Основная литература:

1. Антонов, Геннадий Дмитриевич. Стратегическое управление организацией: учеб. пособие [для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 (080200) "Менеджмент" (профиль "Производственный менеджмент")] / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 238 с.

2. Атаманчук, Григорий Васильевич. Проблемы управления и управляемости в обществе: избранное / Г.В. Атаманчук. - М. : Изд-во РАГС, 2011. - 383 с.

3. Вдовин, Сергей Михайлович. Система менеджмента качества организации: учеб. пособие для вузов, обучающихся по направлениям 090200 "Менеджмент" и 221400 "Упр. качеством" : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения/С. М. Вдовин, Т. А. Салимова, Л. И. Бирюкова. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 298 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б2.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Автор: : К. культурологии, доцент, доцент кафедры социальных технологий Гришанин Н.В

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков и первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

План курса:

№ п/п	Этапы (периоды) практики (НИР)	Виды работ
-------	--------------------------------	------------

1	Готовность студентов к прохождению практики и комплектация команд для проведения и диагностики предприятий/организаций	Личная подготовка студентов для прохождения практики; Составление плана прохождения практики; Комплектация команд проведения исследований по диагностики управленческих проблем
2	Знакомство с местом практики и распределение задач между членами команды	Уточнение задач исследования на месте практики; Распределение рабочих мест и задач между членами команды; Уточнение перечня аспектов управленческой диагностики.
3	Составление графика проведению диагностики и его согласование с администрацией	Составление общего графика диагностики управленческих проблем предприятия; Разработка личных планов студентов в проведении исследования; Согласование с администрации мероприятий диагностики
4	Проведение «полевых» исследований анализа управленческих проблем предприятий/организаций	Заполнение форм сбора данных диагностики управленческих проблем предприятия (организации); Анкетирование работников предприятия (организации); Проведение опросов работников предприятия (организации).
5	Аналитическая работа по обработке данных диагностики управленческих проблем предприятий/организаций	Обработка данных количественными и качественными методами; Аспектная структуризация управленческих проблем предприятия (организации); Общая структуризация управленческих проблем предприятия (организации).
6	Подготовка общего отчёта диагностики предприятий/организаций;	Разработка отчётов по функциональным аспектам управления предприятием; Подготовка сводного отчёта по диагностике системы управления предприятием; Выборка научных проблем управления и их структуризация.
7	Сбор доп. материалов студентами для научных докладов, статей и определения темы магистерской диссертации	Выбор студентами тематики проблем для их разработки в магистерской диссертации; Сбор дополнительных материалов студентами для подготовки научных докладов и написания статей; Подготовка личных отчётов студентов по выбранной теме магистерских диссертаций

Формы текущего контроля и промежуточно аттестации:

В ходе реализации практики по получению первичных профессиональных умений и навыков (Б2.У.1) используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Согласно разработанному плану прохождения практики руководителю предоставляется отчет по каждому этапу прохождения практики о материалах, собранных за прошедший период практики, материалы выполненных заданий согласно установленным срокам. Руководитель вносит корректировки и замечания по предоставленным ему материалам, а также дает рекомендации по предстоящим этапам практики.

Руководитель должен контролировать посещение студентом места практики и соблюдения

правил внутреннего распорядка организации, где проходит практика.

Промежуточная аттестация проводится в форме защиты отчета по практике с применением следующих методов (средств):

Промежуточная аттестация проводится с использованием следующих средств:

- Оценка научным руководителем магистранта рабочего проекта практики (отчета по практике. Защита проводится в виде презентации на общем завершающем семинаре практики; при групповой организации работ возможно представление материалов рабочего проекта от имени группы)
- Оценка научным руководителем магистранта подготовленной к публикации статьи по разрабатываемой в ходе практики тематике (возможна передача материалов статьи в выбранную редакцию для публикации).
- Учет руководителем практики своевременности прохождения магистрантом рабочего графика практики.
- Проверка наличия и полноты руководителем практики индивидуального отчета, отображающего только параметры проделанной в ходе практики работы: сроки, список решенных вопросов и т.п. (оформляется по установленной форме и представляется руководителю практики; в этот отчет содержательные материалы не включаются).

При оценке в ходе промежуточной аттестации по учебной практике учитываются следующие критерии:

- Наличие индивидуального отчета (без предоставления индивидуального отчета магистрант к промежуточной аттестации по практике не допускается).
- Своевременность выполнения этапов практики (оценивается на основе данных диаграммы Ганта и индивидуального отчета магистранта)
- Полноты и качества проработки рабочего проекта практики (при групповой работе учитывается коэффициент трудового участия каждого магистранта, самостоятельно формируемого и представляемого руководителю практики соответствующей рабочей группой (координатором группы)). При оценке рабочего проекта учитываются также критерии приведенные в пункте 6.3.
- Наличие подготовленной к публикации статьи по разрабатываемой в ходе практики тематике (учитывается степень готовности материалов статьи к публикации; факт подачи статьи на реальную публикацию или факт самой публикации является весомым для положительной оценки)

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК -1	способность управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность	ДПК-1.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • закономерности функционирования методы сбора и анализа информации по теме исследования; классификации методов исследования; • знания об основных принципах и теориях моделирования репутации; <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия; <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; коммуникационных систем;
ДПК - 4	способность разрабатывать и оценивать контент и формат макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта	ДПК-4.1.	<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 коммуникации, основные принципы и формы взаимодействия PR-специалиста со СМИ; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия; • <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыки управления массовыми коммуникативными процессами;

Основная литература:

1. Антонов, Геннадий Дмитриевич. Стратегическое управление организацией: учеб. пособие [для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 (080200) "Менеджмент" (профиль "Производственный менеджмент")] / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 238 с.
2. Атаманчук, Григорий Васильевич. Проблемы управления и управляемости в обществе: избранное / Г.В. Атаманчук. - М. : Изд-во РАГС, 2011. - 383 с.
3. Вдовин, Сергей Михайлович. Система менеджмента качества организации: учеб. пособие для вузов, обучающихся по направлениям 090200 "Менеджмент" и 221400 "Упр. качеством" : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения/С. М. Вдовин, Т. А. Салимова, Л. И. Бирюкова. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 298 с.
4. Виноградов, Леонид Викторович. Средства и методы управления качеством: учеб. пособие [для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200 "Менеджмент" (профиль "Производственный менеджмент")] : соответствует Федер. гос. образоват. стандарту 3-го поколения / Л. В. Виноградов, В. П. Семенов, В. С. Бурылов. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 219 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б2.П.1 Научно-исследовательская практика

Автор: : К. культурологии, доцент, доцент кафедры социальных технологий Гришанин Н.В

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков и первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

План курса:

№ п/п	Этапы (периоды) практики (НИР)	Вид работ
1	Готовность студентов к прохождению научно-исследовательской практики и комплектация команд для проведения и исследования	Личная подготовка студентов для прохождения практики; Составление плана прохождения практики; Комплектация команд проведения исследований
2	Знакомство с местом практики и распределение задач между членами команды	Уточнение задач исследования на месте практики; Распределение рабочих мест и задач между членами команды; Уточнение перечня моно-проектов.
3	Разработка технико-экономического обоснования для решения конкретной локальной проблемы управления	Составление общего графика исследований; Разработка личных планов студентов в проведении исследования; Разработка бизнес-планов моно-проектов
4	Разработка моно-проектов для социально-экономического решения локальных проблем управления, согласованных с нормами устойчивого развития социально-экономических систем	Проектирование нового качества «продукта» управленческой деятельности по решению локальной проблемы; Проектирование новой технологии по производству «продукта» управленческой деятельности с новым качеством; Формирование проектов по решениям локальных проблем управления;
5	Подготовка отчёта по проектированию решения локальных управленческих проблем предприятий/организаций	Разработка сводного отчёта по проектированию решения локальных проблем управления предприятием; Согласование сводного отчёта с руководством организаций; Выборка научных проблем управления и их структуризация.
6	Разработка плана магистерской диссертации,	План-проспект магистерской диссертации Методологический аппарат исследования;

уточнение целей и задач исследования и составление план-графика работы над диссертацией	План-график работы над диссертацией.
---	--------------------------------------

Формы текущего контроля и промежуточно аттестации:

В ходе реализации научно-исследовательской практики (Б2.П.1) используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Согласно разработанному плану прохождения практики руководителю предоставляется отчет по каждому этапу прохождения практики о материалах, собранных за прошедший период практики, материалы выполненных заданий согласно установленным срокам. Руководитель вносит корректировки и замечания по предоставленным ему материалам, а также дает рекомендации по предстоящим этапам практики.

Руководитель должен контролировать посещение студентом места практики и соблюдения правил внутреннего распорядка организации, где проходит практика.

Промежуточная аттестация проводится в форме защиты отчета по практике с применением следующих методов (средств):

Промежуточная аттестация проводится с использованием следующих средств:

- Оценка научным руководителем магистранта отчёта по проектированию решения локальных управленческих проблем предприятий/организаций (включая технико-экономическое обоснование и моно-проект для социально-экономического решения локальных проблем управления).
- Оценка научным руководителем магистранта плана магистерской диссертации, содержащей кроме прочего уточнение целей и задач исследования.
- Оценка научным руководителем магистранта план-графика работы над диссертацией.
- Учет руководителем практики своевременности прохождения магистрантом рабочего графика практики.
- Проверка наличия и полноты руководителем практики индивидуального отчета, отображающего только параметры проделанной в ходе практики работы: сроки, список решенных вопросов и т.п. (оформляется по установленной форме и представляется руководителю практики; в этот отчет содержательные материалы не включаются).

;;

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик*
ПК-5	<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 и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать и интерпретировать данные для решения прикладных задач в области стратегического управления;

<p style="text-align: center;">УК ОС-5</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • базовые категории и понятия: группа, разновидности социальных групп, основные принципы групповой динамики, • специфика межличностного и межгруппового взаимодействия, основные техники и приемы эффективного общения; <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • различать понятия «общественное сознание», общественный интеллект» и «менталитет общества»; • анализировать различные подходы к устойчивому развитию общества в антропологическом аспекте; • использовать возможности проектно-ориентированного подхода в решении проблемы устойчивого развития общества; <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способность к использованию методов проектно-ориентированного подхода в решении проблемы устойчивого развития общества; • навыки формирования команд на принципах взаимодействия, с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов проектной команды; • навыки использования методов системного анализа и аксиом эвристического управления в устойчивом развитии социально-экономических систем.
<p style="text-align: center;">ДПК-4</p>	<p>На уровне знаний:</p> <p>закономерности функционирования коммуникационных систем;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; • методы сбора и анализа информации по теме исследования; классификации методов исследования; <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия; • умение обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;

Основная литература:

1. Антонов, Геннадий Дмитриевич. Стратегическое управление организацией: учеб. пособие [для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 (080200) "Менеджмент" (профиль "Производственный менеджмент")] / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 238 с.
2. Атаманчук, Григорий Васильевич. Проблемы управления и управляемости в обществе: избранное / Г.В. Атаманчук. - М. : Изд-во РАГС, 2011. - 383 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б2.П.2 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)

Автор: : К. культурологии, доцент, доцент кафедры социальных технологий Гришанин Н.В
Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины: производственная практика обеспечивает освоение профессиональных компетенций решения управленческих проблем предприятий (организаций) и органов государственного и муниципального управления методами управления проектами устойчивого развития СЭС.

План курса:

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Вид работ
1	Готовность студентов к прохождению производственной практики и комплектация команд для проведения комплексных исследований	1. Личная подготовка студентов для прохождения практики; 2. Составление плана проведения комплексных исследований 3. Комплектация команд проведения исследований
2	Знакомство с местом практики и распределение задач между членами команды для проведения комплексных исследований	1. Уточнение задач комплексного исследования на месте практики; 2. Распределение задач между членами команды; 3. Уточнение перечня мульти-, мега- и мета-проектов.
3	Разработка технико-экономического обоснования для решения комплексной проблемы управления в мульти-, мега- и мета-проектах для разрешения сложных проблем управления	1. Составление общего графика комплексного исследования; 2. Разработка личных планов студентов в проведении комплексного исследования; 3. Разработка технико-экономического обоснования для решения комплексной проблемы
4	Разработка мульти-, мега- и мета-проектов для социально-экономического решения сложных проблем управления, согласованных с нормами устойчивого развития социально-экономических систем	1. Проектирование нового качества «продукта» управленческой деятельности по решению глобальной проблемы; 2. Проектирование новой технологии по производству «продукта» управленческой деятельности с новым качеством; 3. Формирование проектов по решениям глобальных проблем управления;
5	Подготовка отчёта по проектированию решения комплексных сложных проблем управления	1. Разработка сводного отчёта по проектированию решения комплексных сложных проблем управления устойчивым развитием 2. Согласование сводного отчёта с руководством

	устойчивым развитием организаций (предприятий) и органов государственного управления	организаций; 3. Выборка научных проблем управления и их структуризация.
6	Разработка принципиальных положений глав магистерской диссертации с чёткой постановкой цели и задач диссертационного исследования	1. Основные положения глав магистерской диссертации 2. Конкретный методологический аппарат исследования; 3. План-график завершения работы над диссертацией.

Формы текущего контроля и промежуточно аттестации:

В ходе реализации практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Б2.П.2) используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Согласно разработанному плану прохождения практики руководителю предоставляется отчет по каждому этапу прохождения практики о материалах, собранных за прошедший период практики, материалы выполненных заданий согласно установленным срокам. Руководитель вносит корректировки и замечания по предоставленным ему материалам, а также дает рекомендации по предстоящим этапам практики. Руководитель должен контролировать посещение студентом места практики и соблюдения правил внутреннего распорядка организации, где проходит практика.

Промежуточная аттестация проводится в форме защиты отчета по практике с применением следующих методов (средств):

К формам промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом относятся:

- проверка готовности студентов к прохождению производственной практики и комплектация команд для проведения комплексных исследований предприятий/организаций;
- знакомство с местом прохождения практики и распределение задач по проведению комплексного исследования предприятий/организаций между членами команды;
- разработка технико-экономического обоснования для решения комплексной проблемы управления в мульти-, мега- и мета-проектах для разрешения сложных проблем управления;
- разработка мульти-, мега- и мета-проектов для социально-экономического решения сложных проблем управления, согласованных с нормами устойчивого развития социально-экономических систем;
- подготовка отчёта по проектированию решения комплексных сложных проблем управления устойчивым развитием организаций (предприятий) и органов государственного управления;
- разработка принципиальных положений глав магистерской диссертации с чёткой постановкой цели и задач диссертационного исследования;

Промежуточная аттестация проводится с использованием следующих средств:

- Оценка научным руководителем магистранта отчёта по проектированию решения комплексных сложных проблем управления устойчивым развитием организаций (предприятий) и органов государственного управления
- Оценка научным руководителем магистранта принципиальных положений глав магистерской диссертации с чёткой постановкой цели и задач диссертационного

исследования

- Учет руководителем практики своевременности прохождения магистрантом рабочего графика практики.
- Проверка наличия и полноты руководителем практики индивидуального отчета, отображающего только параметры проделанной в ходе практики работы: сроки, список решенных вопросов и т.п. (оформляется по установленной форме и представляется руководителю практики; в этот отчет содержательные материалы не включаются).

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик*
ПК-7.2	Знание: работ отечественных и зарубежных классиков по проблемам управления, стратегии развития организаций и человеческого потенциала в контексте методологии проектного управления устойчивым развитием организаций социокультурных норм и правил зарубежных научных работ и статей как средство общения в современном научном мире; результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
	Умение: обобщать и критически оценивать результаты исследований по проблемам управленческого консультирования, полученные отечественными и зарубежными учёными читать и переводить научную литературу по специальности обучаемых (изучающее, ознакомительное, просмотровое и поисковое чтение); письменно выражать свои коммуникативные намерения в научной сфере; составлять письменные документы, деловые письма, заполнять бланки на участие в конференциях и т.п.
	Владение: навыками и способностью обобщения и критического осмысления результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями
ПК-8.2	Знание: особенностей представления результатов проведенного исследования в ходе управленческого консультирования в виде научного отчета, статьи или доклада требований к оформлению документов проекта, портфелей и программ
	Умение: представлять результаты проведенного исследования в ходе управленческого консультирования в виде научного отчета, статьи или доклада. оформлять документацию исследовательского проекта, готовить отчеты, статьи, доклады для отражения результатов исследования
	Владение: навыками представления результатов проведенного исследования в ходе управленческого консультирования в виде научного отчета, статьи или доклада. Программными средствами для подготовки и представления текстовой, табличной, графической информации
ПК-10.2	Знание: положений, законов и принципов общенаучного уровня методологии УП УР СЭС, законов сохранения и изменения в системе «природа-общество-человек», модели управления развитием в системе «потребление – производство – окружающая среда», технологий управления УР СЭС, правил сведения законов природы и общества к критериям проектной деятельности устойчивого развития общества; методов субъектного планирования в различных типах комплексного

Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик*
	<p>планирования организации: преактивном, интерактивном, инактивном и реактивном. принципов самостоятельной оценки вновь появляющихся программных средств поддержки проектного управления</p> <p>Умение: применять законы и принципы общенаучного уровня методологии УП УР СЭС в самостоятельных научных исследованиях; обоснованно выбирать соответствующие программные средства поддержки проектного управления в зависимости от его конкретных целей, задач, этапов проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой по методам субъектного организационного планирования</p> <p>Владение: навыками и способностью проводить самостоятельные исследования на общенаучном уровне методологии управления проектами УР СЭС, в соответствии с разработанной программой. методами системного анализа программные средства поддержки проектного управления навыками и способностью проводить самостоятельные исследования по применению методов субъектного организационного планирования.</p>

Основная литература:

1. Антонов, Геннадий Дмитриевич. Стратегическое управление организацией: учеб. пособие [для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 (080200) "Менеджмент" (профиль "Производственный менеджмент")] / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 238 с.
2. Атаманчук, Григорий Васильевич. Проблемы управления и управляемости в обществе: избранное / Г.В. Атаманчук. - М. : Изд-во РАГС, 2011. - 383 с.
3. Вдовин, Сергей Михайлович. Система менеджмента качества организации: учеб. пособие для вузов, обучающихся по направлениям 090200 "Менеджмент" и 221400 "Упр. качеством" : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения/С. М. Вдовин, Т. А. Салимова, Л. И. Бирюкова. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 298 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б2.П.3 Преддипломная практика

Автор: : К. культурологии, доцент, доцент кафедры социальных технологий Гришанин Н.В
Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент профиль «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: очная/заочная

Цель освоения дисциплины: подготовить магистранта как к самостоятельной научно-исследовательской работе, основным результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, так и к проведению научных исследований в составе творческого коллектива.

План курса:

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Вид работ
1. Организационный этап		
1.1	Организационное собрание	1. Ознакомление с целями и задачами практики. Оформление документов для прохождения преддипломной практики. 2. Утверждение индивидуальных заданий по прохождению практики (для каждого студента)
1.2	Консультации руководителя практики и научных руководителей ВКР	1. Утверждение тем ВКР 2. Разработка плана написания ВКР
2. Практический этап		
2.1	Работа в научных библиотеках г. Санкт-Петербурга	1. Сбор информации для проведения исследования 2. Составление библиографии по теме исследования
2.2	Организация работы по месту практики	1. Сбор информации по месту практики для подготовки ВКР в соответствии с целью и задачами преддипломной практики. 2. Получение экспертных консультаций и практических навыков деятельности. 3. Сбор материала для написания отчета по практике. 4. Сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.
3. Аналитический этап		
3.1	Обработка материалов и подготовка академического текста	1. Использование теоретических основ, принципов, функций, методов и процедур анализа среды организации, стратегического планирования (в том числе маркетингового), организационного проектирования 2. применение методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач; 3. использование современных методов управления финансами 4. использование современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач 5. применение принципов общенаучного уровня методологии УП УР СЭС, законы сохранения и изменения в системе «природа-общество-человек», модели управления развитием в системе

		«потребление – производство – окружающая среда»;
3.2	Апробация результатов исследования	<ol style="list-style-type: none"> 1. использование инструментов стратегического анализа среды организации; 2. разработка стратегии организации и программ организационного развития; 3. применение информационных технологий для решения профессиональных задач. 4. использование современных методов и процедур управления для решения стратегических задач организации, в том числе с использованием информационных технологий 5. применение современных методов управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов 6. обоснование содержания актуальности, теоретической и практической значимости в научных исследованиях 7. обоснование актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования 8. обобщение и критического осмысления результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями 9. использование современных методов и процедур проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, в том числе с использованием информационных технологий
3.3	Предзащита ВКР в рамках преддипломной практики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка ВКР к предзащите включающая демонстрацию умения: <ul style="list-style-type: none"> • применения анализа внешней среды организации; • использования конкурентного анализа; • разработки стратегии организации; • разработки программ организационного развития; • внедрения стратегий и программ развития в организации • творческого развития положений и принципов общенаучного уровня методологии УП УР СЭС, законы сохранения и изменения в системе «природа-общество-человек», модели управления развитием в системе «потребление – производство – окружающая среда» и находить применение законов и принципов общенаучного уровня методологии УП УР СЭС в управлении бизнес-процессами предприятий/организации; • использования методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в контексте экологических, экономических, гуманитарных и технических наук, с позиции законов сохранения и изменения в системе «природа-общество-человек» • применять методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач; • использовать современные методы управления финансами в

		планировании экономической эффективности организации <ul style="list-style-type: none"> • использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации 2. Прохождение предзащиты ВКР
4. Отчетный этап		
4.1	Подготовка индивидуальных отчетов по итогам практики	1. Сбор отчетных материалов для отчета 2. Обработка и систематизация собранного нормативного и фактического материала. 3. Оформление отчета о прохождении практики
4.2	Зачет по итогам практики	1. Предоставление отчетных материалов руководителю практики

Формы текущего контроля и промежуточно аттестации:

В ходе реализации преддипломной практики используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Согласно разработанному плану прохождения практики руководителю предоставляется отчет по каждому этапу прохождения практики о материалах, собранных за прошедший период практики, материалы выполненных заданий согласно установленным срокам. Руководитель вносит корректировки и замечания по предоставленным ему материалам, а также дает рекомендации по предстоящим этапам практики.

Руководитель должен контролировать посещение студентом места практики и соблюдения правил внутреннего распорядка организации, где проходит практика.

Промежуточная аттестация проводится в форме защиты отчета по практике с применением следующих методов (средств):

Промежуточная аттестация проводится в устной форме, используются вопросы, направленные на выявление понимания студентом основных принципиальных положений, категорий и понятий в соответствии с профилем обучения и полученным заданием на практику. По результату защиты отчета выставляется дифференцированный зачет.

Код компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Знать теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры управления организациями, коллективами, проектами.
	Уметь применять современные методы управления для осуществления планирования, организации, контроля, регулирования деятельности организаций и коллективов, при реализации проектов.
	Владеть навыками использования современных методов и процедур управления для решения стратегических задач организации, в том числе с использованием информационных технологий
ПК-2	Знать теоретические основы, принципы, функции, методы и процедуры анализа среды организации, стратегического планирования (в том числе маркетингового), организационного проектирования.
	Уметь осуществлять: анализ внешней среды организации; конкурентный анализ; разработку стратегии организации; разработку программ организационного развития; внедрение стратегий и программ развития в организации.

Код компетенции	Планируемые результаты обучения
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инструментами стратегического анализа среды организации; • навыками разработки стратегии организации и программ организационного развития; • информационными технологиями для решения профессиональных задач.
ПК-3	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>
	<p>Уметь: применять методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач; использовать современные методы управления финансами в планировании экономической эффективности организации</p>
	<p>Владеть: навыками и способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации</p>
ПК-4	<p>Знать: теоретические основы, принципы, методы и процедуры проведения прикладных исследований и обработки их результатов.</p>
	<p>Уметь: применять современные методы проведения прикладных исследований, обработки их результатов, а также подготовки отчетных материалов.</p>
	<p>Владеть: навыками использования современных методов и процедур проведения прикладных исследований, обработки их результатов, а также подготовки отчетных материалов, в том числе с использованием информационных технологий</p>
ПК-5	<p>Знать: теоретические основы, принципы, методы и процедуры проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p>
	<p>Уметь: применять современные методы проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p>
	<p>Владеть: навыками использования современных методов и процедур проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, в том числе с использованием информационных технологий</p>
ПК-6	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>
	<p>Уметь: применять методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач; использовать современные методы управления финансами в планировании экономической эффективности организации</p>
	<p>Владеть: навыками и способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации</p>

Код компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-7	<p>Знание: работ отечественных и зарубежных классиков по проблемам управления, стратегии развития организаций и человеческого потенциала в контексте методологии проектного управления устойчивым развитием организаций социокультурных норм и правил зарубежных научных работ и статей как средство общения в современном научном мире; результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p>
	<p>Умение: обобщать и критически оценивать результаты исследований по проблемам управленческого консультирования, полученные отечественными и зарубежными учёными читать и переводить научную литературу по специальности обучаемых (изучающее, ознакомительное, просмотровое и поисковое чтение); письменно выражать свои коммуникативные намерения в научной сфере; составлять письменные документы, деловые письма, заполнять бланки на участие в конференциях и т.п.</p>
	<p>Владение: навыками и способностью обобщения и критического осмысления результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями</p>
ПК-8	<p>Знать: структуру и содержание научного отчета, статьи или доклада</p>
	<p>Уметь: выделять результаты проведенного исследования для научного отчета, статьи или доклада</p>
	<p>Владеть: способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p>
ПК-9	<p>Знать: правила определения актуальности, теоретической и практической значимости в научных исследованиях</p>
	<p>Уметь: обосновывать содержание актуальности, теоретической и практической значимости в научных исследованиях</p>
	<p>Владеть: способностью к обоснованию актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования</p>
ПК-10	<p>Знать: правила разработки программ для проведения самостоятельных научных исследований</p>
	<p>Уметь: разрабатывать программы для проведения самостоятельных научных исследований</p>
	<p>Владеть: способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>
ПК-12	<p>Знать: 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»;</p>
	<p>Уметь: творчески развивать 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» и находить применение законов и принципов общенаучного уровня методологии УП УР СЭС в управлении бизнес-процессами предприятий/организации;</p>

Код компетенции	Планируемые результаты обучения
	<p>Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в контексте экологических, экономических, гуманитарных и технических наук, с позиции законов сохранения и изменения в системе «природа-общество-человек»</p>

Основная литература:

1. Атаманчук, Григорий Васильевич. Проблемы управления и управляемости в обществе: избранное / Г.В. Атаманчук. - М. : Изд-во РАГС, 2011. - 383 с.
2. Демин, Алексей Афанасьевич. Государственная служба в Российской Федерации: учебник для магистров, [обучающихся по юрид. направлениям и специальностям] / А. А. Демин; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Юрид. фак. - 8-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 425 с.
3. Зуб, Анатолий Тимофеевич. Управление проектами: учебник и практикум для академ. бакалавриата [по эконом. направлениям и специальностям] / А. Т. Зуб ; Фак. гос. упр. МГУ им. М. В. Ломоносова. - М.: Юрайт, 2015. - 422 с.