

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с
общественностью

Образовательная программа:

бакалавриат

Квалификация:

академический бакалавр

Форма обучения:

очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И. о. декана экономического факультета
Полшков Ю. Н.

21 апреля 2020 г.



М.П.

Программа учебной дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от «18» июля 2016 г. № 765; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебного плана и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

доцент кафедры экономики предприятия, к.э.н.

Е.В. Божко

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры «Маркетинг и логистика»

Протокол № 8а от «15» апреля 2020 г.

Зав. кафедрой

Т.В. Ибрагимхалилова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией

экономического факультета

Протокол № 8 от «20» апреля 2020 года

Председатель УМК

Е.Н. Стрелина

филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель УМК

Н.А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части профессионального блока образовательной программы. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, *формируемые предшествующими* (экономика, маркетинг, правоведение) *и сопутствующими дисциплинами* (культурология, психология).

Данная дисциплина *является основой* для изучения широкого круга дисциплин как общенаучного, так и профессионального блока.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика учебной дисциплины		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль подготовки	Общий	
Образовательная программа	Бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей и тем	2 (10)	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Базовая часть профессионального блока	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	1 модульный контроль, зачет в 6-м семестре	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
	нормативный срок	нормативный срок
Количество зачетных единиц	3	3
Количество часов	108	108
Год подготовки	3	3
Семестр	6	6
Количество часов		
- лекционных	30	6
- практических, семинарских	15	2
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	63	100
Недельное количество часов, т.ч.		
аудиторных	3	8
самостоятельной работы студента	4,2	6,67

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является формирование компетенций, необходимых для эффективного управления организациями любого типа в современных условиях развития общества и экономики.

Задачи – способствование осознанию студентами общих закономерностей формирования, функционирования и развития систем управления и обеспечение получения студентами фундаментальных знаний о содержании и процессах реализации функций управления, содействие развитию и закреплению навыков использования эффективных приемов, способов и инструментов эффективного управления.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной

образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

<i>общекультурных (ОК):</i>	
ОК-5	Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6	Способностью к самоорганизации и самообразованию
ОК-10	Способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы, социальные отношения, структуру социальных организаций, прогнозировать возможное их развитие в будущем, а также балансировать рабочие места
<i>общепрофессиональных (ОПК):</i>	
ОПК-2	Способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ОПК-3	Способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ОПК-4	Способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
<i>профессиональных (ПК):</i>	
ПК-1	Владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- теоретические основы и современные направления в менеджменте;
- закономерности функционирования организаций, цели их деятельности, критерии успеха и способы обеспечения эффективности управления;
- профессиональные и психологические требования к менеджерам;
- содержание и особенности реализации основных управленческих функций и связующих процессов;
- психологические аспекты управленческой деятельности;
- способы развития необходимых личностных качеств, необходимых эффективному менеджеру.

уметь:

- применять современный управленческий инструментарий для решения конкретных управленческих задач;
- использовать современные техники психологии управления и средства совершенствования организационных коммуникаций;
- осуществлять анализ и оценку внешней среды в организации;
- владеть стратегиями взаимодействия с людьми, организовывать командную работу;
- осуществлять сбор, анализ, обработку, использование информации для диагностики ситуации, прогнозирования тенденций, организации эффективного взаимодействия людей, принятия управленческих и функциональных решений, генерирования новых идей и направлений;
- выявлять проблему, а также корректно формулировать цели и ставить задачи в ходе решения конкретных проблем; осуществлять оценку организационной эффективности;

владеть:

- навыками эффективной коммуникации, а также самостоятельной исследовательской работы;
- методикой проведения анализа внутренней и внешней среды организации;
- современным управленческим инструментарием.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации, документальные и анимационные видеоролики научно-познавательного характера, раздаточные материалы.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение.

В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, используются тесты, самостоятельная работа, проводятся контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, научных статей, нормативно-правовой базы, подготовку и защиту презентаций и докладов.

Тематический план дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Темы	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1. <i>Теоретические основы менеджмента</i>	
Тема 1. Введение в менеджмент	1. Общая характеристика менеджмента 2. Эволюция управленческой мысли 3. Личностные характеристики менеджера
Тема 2. Организация как объект управления	1. Понятие и характеристика организации: факторы внутренней и внешней среды 2. Управленческие проблемы на разных стадиях жизненного цикла организации
Тема 3. Функция планирования в менеджменте	1. Сущность и принципы планирования 2. Система планов предприятия 3. Этапы стратегического планирования
Тема 4. Функция организации в менеджменте	1. Понятие организации и организационной структуры 2. Типы организационных структур управления 3. Положения о подразделениях управления и должностные инструкции 4. Совет директоров как орган управления акционерной компанией 5. Делегирование полномочий
Тема 5. Мотивация как общая функция менеджмента	1. Содержание мотивационной функции 2. Теории мотивации 3. Инструменты мотивационного воздействия

Тема 6. Управленческий контроль как функция менеджмента	1. Понятие контроля. Этапы процесса контроля 2. Формы управленческого контроля 3. Характеристики эффективного контроля и его поведенческие аспекты
Содержательный модуль 2. <i>Эффективность процессов в менеджменте</i>	
Тема 7. Коммуникационный процесс в менеджменте	1. Понятие и виды коммуникаций 2. Содержание коммуникационного процесса 3. Основы эффективных коммуникаций
Тема 8. Принятие и реализация управленческих решений	1. Понятие, виды управленческих решений и основные модели их принятия. 2. Процесс подготовки, принятия и реализации управленческих решений.
Тема 9. Руководство и лидерство	1. Понятие и содержание влияния и власти 2. Лидерство 3. Стили руководства
Тема 10. Эффективность менеджмента	1. Результативность, эффективность и качество менеджмента. 2. Подходы к оценке эффективности менеджмента в организации. 3. Эффективность работы менеджера.

*- вопросы или темы, выносимые на самостоятельное изучение студентом

Структура дисциплины
«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»
по видам учебной деятельности

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов							
	Очная форма (нормативный срок обучения)				Заочная форма (нормативный срок обучения)			
	Всего	в том числе			Всего	в том числе		
		Лекции	практические	Самостоятельная работа		Лекции	Практические	Самостоятельная работа
Содержательный модуль 1 <i>Теоретические основы менеджмента</i>								
Тема 1. Введение в менеджмент	6	2	1	3	10,5	0,5	0	10
Тема 2. Организация как объект управления	9	2	1	6	10,175	0,5	0,125	10
Тема 3. Функция планирования в менеджменте	11	4	1	6	10,175	0,5	0,125	10
Тема 4. Функция организации в менеджменте	13	4	1	8	10,75	0,5	0,25	10
Тема 5. Мотивация как общая функция менеджмента	11	2	1	8	10,75	0,5	0,25	10
Тема 6. Управленческий контроль как функция менеджмента	14	4	2	8	10,75	0,5	0,25	10

Итого по 1 содержательному модулю	64	18	7	39	64	3	1	60
Содержательный модуль 2 Эффективность процессов в менеджменте								
Тема 7. Коммуникационный процесс в менеджменте	12	4	2	6	10,75	0,5	0,25	10
Тема 8. Принятие и реализация управленческих решений	10	2	2	6	10,75	0,5	0,25	10
Тема 9. Руководство и лидерство	10	2	2	6	11,25	1	0,25	10
Тема 10. Эффективность менеджмента	12	4	2	6	11,25	1	0,25	10
Итого по 2 содержательному модулю	44	12	8	24	44	3	1	40
Всего часов	108	30	15	63	108	6	2	100

5. ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННЫХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
Тема 1. Введение в менеджмент	2
Тема 2. Организация как объект управления	2
Тема 3. Функция планирования в менеджменте	4
Тема 4. Функция организации в менеджменте	4
Тема 5. Мотивация как общая функция менеджмента	2
Тема 6. Управленческий контроль как функция менеджмента	4
Тема 7. Коммуникационный процесс в менеджменте	4
Тема 8. Принятие и реализация управленческих решений	2
Тема 9. Руководство и лидерство	2
Тема 10. Эффективность менеджмента	4
Всего	30

Конспект лекций приведен в:

1. *Облако сервиса mail.ru Божко Е.В.* Папка «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» <https://cloud.mail.ru/public/vezh/4FvQL4Ngc>

Темы практических занятий

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
Тема 1. Введение в менеджмент	1
Тема 2. Организация как объект управления	1
Тема 3. Функция планирования в менеджменте	1
Тема 4. Функция организации в менеджменте	1
Тема 5. Мотивация как общая функция менеджмента	1
Тема 6. Управленческий контроль как функция менеджмента	2
Тема 7. Коммуникационный процесс в менеджменте	2
Тема 8. Принятие и реализация управленческих решений	2
Тема 9. Руководство и лидерство	2
Тема 10. Эффективность менеджмента	2
Всего	15

Планы практических занятий с указанием рассматриваемых вопросов приведены в:

1. *Облако сервиса mail.ru Божко Е.В.* Папка «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» <https://cloud.mail.ru/public/vezh/4FvQL4Ngc>

6. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ И ИНДИВИДУАЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
Тема 1. Введение в менеджмент	3
Тема 2. Организация как объект управления	6
Тема 3. Функция планирования в менеджменте	6
Тема 4. Функция организации в менеджменте	8
Тема 5. Мотивация как общая функция менеджмента	8
Тема 6. Управленческий контроль как функция менеджмента	8
Тема 7. Коммуникационный процесс в менеджменте	6
Тема 8. Принятие и реализация управленческих решений	6
Тема 9. Руководство и лидерство	6
Тема 10. Эффективность менеджмента	6
Всего	63

Содержание самостоятельной и индивидуальной работы по темам приведены в:

1. *Облако сервиса mail.ru Божко Е.В.*. Папка «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» <https://cloud.mail.ru/public/vezh/4FvQL4Ngc>

7. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Содержательный модуль 1

Теоретические основы менеджмента

1. Общая характеристика менеджмента: сущность управления, объект и субъект менеджмента.
2. Функции менеджмента.
3. Уровни менеджмента: содержание, компетенции, централизация.
4. Компетентностный подход к формированию личностных качеств менеджера.
5. Школа научного управления: представители, основные достижения.
6. Классическая (административная) школа управления: представители, основные достижения.
7. Школа человеческих отношений и поведенческих наук: представители, основные достижения.
8. Школа науки в управлении (количественный подход): представители, основные достижения.
9. Процессный подход к управлению.
10. Системный подход к управлению.
11. Ситуационный подход в менеджменте.
12. Современные тенденции в менеджменте.
13. Сущность и принципы планирования.
14. Сущность и виды планирования.
15. Понятие формальной организации, ее общие характеристики.
16. Понятие неформальной организации, причины возникновения неформальных организаций в рамках формальных организаций.
17. Переменные внутренней среды организации.
18. Факторы внешней среды организации.
19. Характеристики внешней среды организации.
20. Управленческие проблемы на разных стадиях жизненного цикла организации.
21. Сущность и принципы планирования.

22. Виды планирования.
23. Техники и методы планирования.
24. Процесс стратегического планирования: основные этапы.
25. Основные характеристики целей в стратегическом планировании.
26. Управленческое обследование сильных и слабых сторон организации в процессе стратегического планирования.
27. Анализ внешней среды в стратегическом планировании.
28. Характеристика основных стратегических альтернатив.
29. Выбор стратегии: направления выбора и факторы влияния.
30. Компоненты реализации стратегии.
31. Сущность функции организации: понятия «делегирование», «полномочия», «ответственность».
32. Системы распределения полномочий и ответственности по уровням иерархии.
33. Принципы делегирования.
34. Правила делегирования.
35. Виды задач, подлежащих и неподлежащих делегированию.
36. Основные причины нежелания руководителей делегировать полномочия.
37. Причины, по которым подчиненные избегают ответственности и блокируют процесс делегирования.
38. Построение организационных структур: понятие, параметры, принципы.
39. Виды организационных структур. Характеристика линейной структуры: ее преимущества и недостатки.
40. Виды организационных структур. Характеристика функциональной бюрократической структуры: ее преимущества и недостатки.
41. Виды организационных структур. Характеристика линейно-функциональной бюрократической структуры: ее преимущества и недостатки.
42. Виды организационных структур. Характеристика дивизионных структур: их преимущества и недостатки.
43. Виды организационных структур. Характеристика проектной структуры.
44. Виды организационных структур. Характеристика матричной структуры.
45. Виды организационных структур. Характеристика конгломеративной структуры.
46. Сущность мотивации. Понятие «потребность», «мотив», «стимул», «вознаграждение».
47. Характеристика процесса мотивации.
48. Сущность и виды содержательных теорий мотивации.
49. Содержательные теории мотивации. Характеристика пирамиды потребностей А. Маслоу.
50. Содержательные теории мотивации: характеристика теории Д. Мак-Клелланда.
51. Содержательные теории мотивации: характеристика теории Ф. Герцберга.
52. Содержательные теории мотивации: характеристика теории К. Альдерфера.
53. Сущность и виды процессуальных теорий мотивации.
54. Процессуальные теории мотивации: характеристика теории усиления мотивации (теории подкрепления) Б. Скиннера.
55. Процессуальные теории мотивации: характеристика теории ожиданий В. Врума.
56. Процессуальные теории мотивации: характеристика теории справедливости Д. Адамса.
57. Процессуальные теории мотивации: характеристика модели Л. Портера - Э. Лоулера.
58. Общие правила мотивации.
59. Средства мотивационного воздействия.
60. Материальные инструменты стимулирования труда: стабильные и вариативные материальные выплаты.
61. Материальные инструменты стимулирования труда: участие в прибыли и в

капитале.

62. Условно-материальные инструменты стимулирования.
63. Нематериальные инструменты стимулирования труда.
64. Понятие и сущность контроля.
65. Виды контроля.
66. Характеристика процесса управленческого контроля.
67. Принципы контроля.
68. Причины, по которым сотрудники работают лучше, когда их контролируют.
69. Негативные проявления контроля и меры по их нивелированию.

Содержательный модуль 2

Эффективность процессов в менеджменте

1. Сущность коммуникаций и их роль в системе управления организацией.
2. Содержание коммуникационного процесса.
3. Характеристика элементов коммуникационного процесса.
4. Коммуникационные шумы (барьеры): понятие, виды и характеристика факторов отправителя и получателя.
5. Коммуникационные шумы (барьеры): понятие, виды и характеристика организационных факторов.
6. Виды коммуникаций: по признаку официальности и по лингвосомиотическому критерию.
7. Неформальные коммуникационные роли.
8. Понятие и стратегия борьбы со слухами.
9. Виды коммуникаций: по типу отношений между участниками и по ориентации информации.
10. Характеристика вербальных коммуникаций.
11. Основные типы невербальной коммуникации.
12. Содержание основных коммуникационных позиций.
13. Правило «четырёх ушей» в коммуникации.
14. Правила для говорящего в процессе коммуникации.
15. Правила эффективного слушания в коммуникации.
16. Приемы достижения аттракции со стороны подчиненных.
17. Управленческое решение: сущность, субъект, объект, предмет, цель.
18. Требования к управленческим решениям.
19. Классификация управленческих решений.
20. Модели принятия управленческих решений.
21. Процесс принятия управленческих решений.
22. Понятие и условия результативности менеджмента.
23. Показатели оценки результативности менеджмента.
24. Понятие и факторы, влияющие на эффективность менеджмента.
25. Виды эффективности менеджмента.
26. Понятие и характеристики качества менеджмента
27. Подходы к определению организационной эффективности.
28. Подходы к оценке эффективности управления.
29. Показатели организационной экономической эффективности.
30. Показатели организационной социальной эффективности.
31. Обобщающие показатели эффективности менеджмента.
32. Характеристика затрат на управление.
33. Частные показатели эффективности менеджмента.
34. Качественные показатели, характеризующие специфику управленческого труда.
35. Направления повышения эффективности управления организацией: мероприятия, связанные с ростом результата.

36. Направления повышения эффективности управления организацией: мероприятия, связанные со снижением затрат.

37. Показатели социальной эффективности менеджмента: условий труда и социально-бытовых условий.

38. Показатели социальной эффективности менеджмента: квалификации работников, организации и мотивации труда.

39. Оценка управленческой результативности: методика «деятельность-ресурсы».

40. Оценка управленческой результативности: методика интегральной оценки.

41. Оценка управленческой результативности: методика на основе целевого управления.

42. Определение общей результативности работы менеджера.

43. Понятие и способы влияния на подчиненных.

44. Условия (рекомендации) по эффективному влиянию.

45. Понятие и виды власти по типу законности.

46. Понятие и виды власти по восприятию объектом.

47. Понятие и виды власти по источникам управленческой силы.

48. Понятие, виды и факторы, влияющие на формирование авторитета менеджера.

49. Понятие лидерства и содержание теории великого человека.

50. Понятие лидерства и содержание теории личностных качеств.

51. Понятие лидерства и содержание поведенческих теорий.

52. Понятие лидерства и содержание вероятностных (ситуационных) теорий.

53. Понятие лидерства и содержание теорий взаимовлияния.

54. Характеристика типов подчиненных.

55. Понятие стилей лидерства (руководства) и характеристика авторитарного (авторитарного) стиля.

56. Понятие стилей лидерства (руководства) и характеристика демократического стиля.

57. Понятие стилей лидерства (руководства) и характеристика либерального стиля.

8. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Задание на модульную контрольную работу аналогично по структуре образцу зачетного билета, но включает все задания только по темам первого содержательного модуля.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 10 баллов.

Каждый правильный ответ на тестовое задание – 1 балл. Всего 10 правильных ответов – 10 баллов.

10. ОБРАЗЕЦ ЗАЧЕТНОГО БИЛЕТА

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Образовательная программа – бакалавр

Направления подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Общий»

Очная, заочная форма обучения

Учебная дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

ЗАЧЕТНЫЙ БИЛЕТ № n

Тест 1. В самом широком смысле управление – это:

- а) обмен информацией между людьми;
- б) сознательное воздействие одних людей на других с целью предать определенную направленность их деятельности и получить желаемые результаты;
- в) процесс научного изучения любого объекта (предмета, явления) с целью выявления закономерностей его возникновения, развития и преобразования в интересах общества;
- г) нет правильного ответа.

Тест 2. Кто из ученых внес наибольший вклад в развитие классической или административной школы управления?

- а) Э. Мэйо;
- б) Ф. Тейлор;
- в) М. Фоллетт;
- г) А. Файоль.

Тест 3. Вклад школы науки управления (количественного подхода) в теорию менеджмента – это:

- а) использование научного анализа для определения лучших способов выполнения задания;
- б) углубление понимания сложных управленческих проблем благодаря разработке и применению моделей;
- в) описание функций управления;
- г) обеспечение работников ресурсами, необходимыми для эффективного выполнения задач.

Тест 4. Системный подход к менеджменту – это:

- а) разработка методов математического моделирования процессов выработки и принятия решений в организациях;
- б) создание универсальных принципов управления, ориентация на которые приведет организацию к успеху;
- в) использование научного анализа для определения лучших способов выполнения задачи;
- г) способ мышления по отношению к организации.

Тест 5. Вклад школы человеческих отношений в теорию менеджмента – это:

- а) описание функций управления;
- б) отбор работников, способных лучше выполнять поставленные задачи и обеспечение их обучения;
- в) систематическое и правильное использование материального стимулирования для повышения производительности;
- г) развитие принципов управления.

Тест 6. Вклад административной школы в теорию менеджмента – это:

- а) использование научного анализа для определения лучших способов выполнения задания;
- б) углубление понимания сложных управленческих проблем благодаря разработке и применению моделей;
- в) описание функций управления;
- г) обеспечение работников ресурсами, необходимыми для эффективного выполнения задач.

Тест 7. Закрытая система характеризуется

- а) жесткими фиксированными границами;
- б) большим количеством подсистем;
- в) взаимодействием с внешней средой;
- г) незначительной информацией.

Тест 8. Система управления в простом виде включает в себя

- а) принципы, методы и функции управления;
- б) субъект, объект управления и связи;
- в) совокупность объектов управления;
- г) совокупность органов управления.

Тест 9. Система экономических стимулов, рычагов и мер воздействия на управляемую подсистему для достижения поставленной цели и гармонизации интересов общества, организаций и отдельных работников – это определение

- а) административных методов менеджмента;
- б) экономических методов менеджмента;
- в) социально-психологических методов менеджмента;
- г) организационно-распорядительных методов менеджмента.

Тест 10. Основные критерии организации – это наличие

- а) по крайней мере, двух людей, которые считают себя членами группы;
- б) хотя бы трех людей, которые считают себя членами группы;
- в) одной цели, которую принимают как общую все члены группы;
- г) членов группы, которые работают вместе, чтобы достичь значимой для всех цели.

Тест 11. К основным характеристикам внешней среды не относится

- а) сложность;
- б) закрытость;
- в) динамизм;
- г) неопределенность.

Тест 12. Открытая система характеризуется

- а) жесткими фиксированными границами;
- б) большим количеством подсистем;
- в) взаимодействием с внешней средой;
- г) незначительной информацией.

Тест 13. Организация получает наибольшую отдачу на вложенные ресурсы на такой стадии жизненного цикла:

- а) создание;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) спад.

Тест 14. Необходимость планирования возникает в случае, когда:

- а) процесс планирования направлен на достижение определенного состояния предприятия;
- б) планирование предшествует процессу принятия управленческого решения;
- в) достижение желаемого результата зависит от комплекса взаимосвязанных мероприятий.

Тест 15. Система планов предприятия – это

- а) документ, устанавливающий нормативы деятельности предприятия;
- б) способ реализации плановой идеи;
- в) система, которая может включать в себя, кроме планов, также программы, проекты, стратегические направления развития, видение и тому подобные целевые ориентиры.

Тест 16. Основные принципы планирования производства:

- а) точность, гибкость, непрерывность;
- б) универсальность, научность, ритмичность, квалифицированность;
- в) научность, точность, систематичность.

Тест 17. Различают три основных разновидности моделей планирования:

- а) прогрессивная, ретроградная, круговая;
- б) балансовая, нормативная, программно-целевая;
- в) описательная, аналитическая, имитационная.

Тест 18. В качестве основного недостатка двойную подчиненность исполнителей имеет структура

- а) матричная;
- б) дивизионная;
- в) линейная;
- г) функциональная.

Тест 19. Автором двухфакторной теории мотивации является

- а) Ф. Герцберг;
- б) Э. Мэйо;
- в) А. Маслоу;
- г) М. П. Фоллетт.

Тест 20. Согласно теории Д. МакКлелланда людям присущи три потребности:

- а) власть, успех и уважение;
- б) власть, успех и принадлежность;
- в) власть, принадлежность и уважение;
- г) успех, уважение и принадлежность.

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАЧЕТНОГО ЗАДАНИЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды зачетных заданий, составляет 20 баллов.

Каждый правильный ответ на тестовое задание – 1 балл. Всего 20 правильных ответов – 20 баллов.

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно следующим критериям:

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	10
	Самостоятельная работа	28
	Модульная контрольная работа	10
	Итого	48
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	10

	Самостоятельная работа	22
	Итого	32
Зачет		20
Общий итог		100

Организационно-учебная работа студента в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (вопросы лектору по теме лекционного материала, участие в обсуждении пройденного материала, решение задач у доски и т.п.).

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС и ИРС) максимально оценивается в 28 баллов по 1 содержательному модулю и 22 баллов по 2 содержательному модулю. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

**Оценивание СРС и ИРС по дисциплине
«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»**

№ п/п	Тема	СРС	ИРС	Итого по теме
Содержательный модуль 1. <i>Теоретические основы менеджмента</i>				
1	Введение в менеджмент	2	2	4
2	Организация как объект управления	2	2	4
3	Функция планирования в менеджменте	2	3	5
4	Функция организации в менеджменте	2	3	5
5	Мотивация как общая функция менеджмента	2	3	5
6	Управленческий контроль как функция менеджмента	2	3	5
<i>Итого по 1 содержательному модулю</i>		12	16	28
Содержательный модуль 2. <i>Эффективность процессов в менеджменте</i>				
7	Коммуникационный процесс в менеджменте	2	4	6
8	Принятие и реализация управленческих решений	2	4	6
9	Руководство и лидерство	2	4	6
10	Эффективность менеджмента	2	2	4
<i>Итого по 2 содержательному модулю</i>		8	14	22
<i>Всего по СРС и ИРС</i>		20	30	50

Виды заданий по СРС и ИРС

Содержательный модуль 1. <i>Теоретические основы менеджмента</i>													
Количество баллов	Т1		Т2		Т3		Т4		Т5		Т6		Итого баллов
	СРС	ИРС	СРС	ИРС	СРС	ИРС	СРС	ИРС	СРС	ИРС	СРС	ИРС	
	Тесты	Доклад по теме	Тесты	Доклад по теме	Тесты	Доклад по теме	Тесты	Презентация	Тесты	Доклад по теме	Тесты	Доклад по теме, презентация	
max	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	28

Содержательный модуль 2. Эффективность процессов в менеджменте										Всего баллов по СРС и ИРС
Количество баллов	Т7		Т8		Т9		Т10		Итого баллов	
	СРС	ИРС	СРС	ИРС	СРС	ИРС	СРС	ИРС		
	Тесты	Доклад по теме	Тесты	Доклад по теме	Тесты	Доклад по теме	Тесты	Доклад по теме		
max	2	4	2	4	2	4	2	2	22	50

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	зачет
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория на группу, оборудованная меловой или интерактивной доской, мультимедийным проектором и экраном, ноутбук, выход в Интернет, Wi-Fi доступ в корпусах университета, текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других библиотечных баз данных.

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», размещенные на:

Облаке сервиса *mail.ru* Божко Е.В. Папка «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» <https://cloud.mail.ru/public/vezh/4FvQL4Ngc>

14. РЕСУРСЫ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Изучение дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» может осуществляться с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий:

1. *Облако сервиса mail.ru Божко Е.В.* Папка «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» <https://cloud.mail.ru/public/vezh/4FvQL4Ngc>

15. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»			
№ п/п	Наименования основной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие электронной версии в ЭБС:
		«ДОННУ»	«ДОННУ»
1	Веснин, В. Р. Основы менеджмента : учебник / В. Р. Веснин. - Москва : Проспект, 2014. - 306 с.	10	
2	Веснин, В. Р. Менеджмент : учебник / В. Р. Веснин. - 4-е изд. - Москва : Проспект, 2015. - 613 с.	15	
3	Друкер, П. Менеджмент / П. Друкер, Д. А. Макьярелло ; [пер. с англ. А. Н. Свирид]. - Москва : ООО "И. Д. Вильямс"; Санкт-Петербург, 2010. - 699 с.	1	
4	Менеджмент: Учебное пособие / под общ. ред. И. В. Гришиной. – Донецк, ГОУ ВПО «ДонНУ», 2016. – 459 с.		+
5	Мескон, М. Х. Основы менеджмента / Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури ; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. - 3-е изд. - Москва : Вильямс ; Санкт-Петербург, 2012. - 665 с.	3	
6	Стадник, В. В. Менеджмент : підручник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. - Вид. 2-ге. - К. : Академвидав, 2007. - 471 с.	31	
7	Скібіцька, Л. І. Менеджмент : навч. посіб. для вузів / Л. І. Скібіцька, О. М. Скібіцький. - К. : Центр навч. л-ри, 2007. - 416 с.	60	
	Наименований основной литературы 7	120 печатных экземпляров	1 электронный ресурс
№ п/п	Наименования дополнительной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие электронной версии в ЭБС:
		«ДОННУ»	«Университет ская библиотека ONLINE»
1	Дафт, Р.Л. Менеджмент : для слушателей прогр. MBA / Ричард Л. Дафт; [пер. с англ. С. Жильцов]. - 6-е изд. - М. и др.: Питер, 2006. - 863 с.	2	
2	Мартыненко, Н.М. Основы менеджмента: учеб. для студентов вузов / Н.М. Мартыненко. - К.: Каравелла, 2008. - 495 с.	1	
3	Менеджмент : навч. посіб. для дистанційного навчання / Г.Є. Мошек, Ю.В. Поканєвич, А.С. Соломко, А.В. Семенчук; [заг. ред. Г. Є. Мошека]. – К.: Кондор, 2009. - 387 с.	14	
4	Осовська, Г. В. Менеджмент організацій : навч. посіб. для студ. вузів / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К.: Кондор,	25	

	2007. - 674 с.		
5	Просветов, Г. И. Менеджмент: задачи и решения : учеб.-практ. пособие / Г. И. Просветов. – М.: Альфа-Пресс, 2009. - 567 с.	1	
6	Шегда, А. В. Менеджмент : учебник / А. В. Шегда. - 3-е изд. - К.: Знання, 2006. - 645 с.	21	
7	Виханский, О.С. Менеджмент. Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов — 3-е изд. — М.: Экономист, 2003.— 528 с.		+
8	Ильенкова, С.Д. Основы менеджмента: Учебно-методический комплекс / С.Д. Ильенкова, В.И. Кузнецов. – М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. – 262 с.		+
	Наименований дополнительной литературы 8	64 <i>печатных экземпляра</i>	2 <i>электронных ресурса</i>
	Всего по дисциплине «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» Наименований 15	184 <i>печатных экземпляра</i>	3 <i>электронных ресурса</i>
№ п/п	Периодические издания	Кол-во экземпляров в библиотеке «ДОННУ»	Наличие электронной версии в ЭБС: «ДОННУ»
1	Вопросы экономики	1	
2	Финансовый директор	1	
3	Проблемы теории и практики управления	1	
4	Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал	1	
5	Вестник Воронежского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vestnik.vsu.ru/index_ru.asp		+
6	Вестник молодых ученых [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.informika.ru/text/magaz/science/vys/		+
7	Вестник Оренбургского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.osu.ru/index.php?doc=1037&lang=0		+
8	Известия Санкт-Петербургского гос. экон. ун-та. (E-library)		+
9	Вестник Тверского гос. ун-та. (E-library)		+
10	Социально-экономические явления и процессы. (E-library)		+
11	Проблемы экономики (КиберЛенинка)		
	Наименований 11	4 <i>печатных экземпляра</i>	7 <i>электронных ресурсов</i>

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Университетская библиотека онлайн // <http://www.biblioclub.ru/>
2. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
3. Электронная гуманитарная библиотека <http://www.gumfak.ru/>
4. Сетевая энциклопедия «Википедия» <http://ru.wikipedia.org>
5. Сайт ДонНУ <http://donnu.ru/>
6. Сайт библиотеки ДонНУ <http://library.donnu.ru/>

17. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Paint.NET.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры «Маркетинг и логистика» в соответствии с основной образовательной программой и учебным планом направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиля: общий, утвержденного Ученым советом университета, протокол № ____ от «__» ____ 2021 г.

Протокол № ____ от «__» ____ 2021 г.

Зав. кафедрой

(подпись)

(ФИО)

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры «Журналистика» в соответствии с основной образовательной программой и учебным планом направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Ученым советом университета, протокол № ____ от «__» ____ 2021 г.

Протокол № ____ от «__» ____ 2021 г.

Зав. кафедрой

(подпись)

(ФИО)