

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и
социально-гуманитарных наук
Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГУ и СГН

 Е.М. Бобкова

« 26 » _____ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.О.07 Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере

на 2024/2025 учебный год

Направление

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль

PR-технологии в современной коммуникативной индустрии

Квалификация

Магистр

Форма обучения

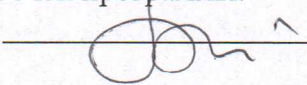
Заочная

ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь, 2024

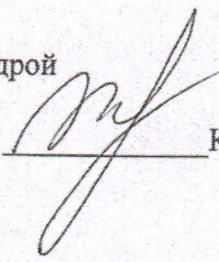
Рабочая программа дисциплины «Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки PR-технологии в современной коммуникативной индустрии.

Составитель рабочей программы:

Доцент, к. э. н.  И.В. Васильев

Рабочая программа дисциплины Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере обсуждена и утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью «4» сентябре 2024 г., протокол № 1

Зав. выпускающей кафедрой

«04» сентября 2024г.  Колодка Л.В.

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель: приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков для эффективного управления в коммуникационной сфере.

Задачи:

- овладение современным понятийным аппаратом, характеризующим природу и сущность менеджмента;
- овладение инструментами и методами стратегического управления;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 (Б1.О.07).

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины *Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере* предполагает формирование у обучающихся следующих компетенций и результатов обучения:

<i>Категория (группа) компетенций</i>	<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
Универсальные компетенции		
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними ИД УК-1.2. Осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке. Предлагает способы их решения. ИД УК-1.3. Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД УК-3.1. Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели. ИД УК-2. Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том

		числе критические) людей с которыми работает ИД УК-3.3. Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон.
Общепрофессиональные компетенции		
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИД ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИД ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем

Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект и область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам	ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства ИД ПК-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

	общественности			
--	----------------	--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е. / часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов

Семестр	Трудоемкость, з.е. / часы	Количество часов					Форма итогового контроля
		в том числе					
		аудиторных				сам. работа	
		всего	лекций	лаб. раб.	практич. зан.		
3	1з.е/36ч	10	4	-	6	26	-
4	2з.е./72ч	10	4		6	58	Зачет с оценкой
Итого:	3з.е./108ч	20	8	-	12	84	4

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам

Семестр	№ раз- дела	Наименование раздела	Количество часов				
			всего	аудиторных			сам. раб.
				Л	ПЗ	ЛЗ	
3	1	Теоретические основы стратегического менеджмента	36	4	6	-	26
4	2	Формирование и реализация стратегии в коммуникационной среде	68	4	6		58
Итого			104	8	12	-	84
Зачет с оценкой			4				
Всего			108				

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции 3 семестр

№ п/п	Номер раздела	Кол- во часов	Тема лекции	Учебно- наглядные пособия
1	1	2	Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере	Интерактивная лекция
2		2	Индикаторы достижения поставленных целей в коммуникационной сфере	Дебаты
Итого		4		

Лекции 4 семестр

№ п/п	Номер раздела	Кол- во часов	Тема лекции	Учебно- наглядные пособия
1	2	2	Структура коммуникационной индустрии	Учебники, курс лекций
2		2	Виды коммуникационных агентств и специфика их деятельности	Обзорная лекция

Итого	4	
--------------	----------	--

Практические занятия 3 семестр

№ п/п	Номер раздела	Кол- во часов	Тема практического занятия	Учебно- наглядные пособия
1	1	2	Стратегический менеджмент коммуникационного агентства	Деловая игра
2		2	Содержание работы коммуникационного агентства	Семинар- дискуссия
3		2	Проектирование структуры рекламного отдела	Групповая дискуссия
Всего		6		

Практические занятия 4 семестр

№ п/п	Номер раздела	Кол- во часов	Тема практического занятия	Учебно- наглядные пособия
1	2	2	Коммуникационные стратегии в рекламе и PR	Справочная литература
2		2	Выбор рекламного агентства. Построение работы с агентствами	Дебаты
3		2	Ценообразование услуг агентства. Бизнес-планирование агентства	Справочная литература
Всего		6		

Лабораторные работы

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

Самостоятельная работа студента

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид самостоятельной работы обучающегося	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	1	Основные этапы развития стратегического менеджмента. – Доклад	8 ч.
	2	Цели, задачи и функции стратегического менеджмента. – Работа с дополнительной литературой	8 ч.
	3	Методы и формы стратегического планирования. – Подготовка презентации	8 ч.
Итого по разделу часов:			26
Итого по 3 семестру:			26
Раздел 2	1	Структура коммуникационной индустрии. – Доклад	20 ч.
	2	Субъекты и институты, формирующие коммуникационную индустрию.	20 ч.

		– Работа с дополнительной литературой	
	3	Виды коммуникационных агентств и специфика их бизнеса. – Работа с дополнительной литературой	18 ч.
Итого по разделу часов:			58
Итого по 4 семестру:			58
Итого:			84

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Не предусмотрены учебным планом.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор (ы)	Год изд.	Ко л.э кз	Элек т. верси я	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1	Стратегический менеджмент: функциональные стратегии	Авт. колл. А.М. Аронов [и др.] Под ред. А.Н. Петрова	2023		+	Корпус 6 Метод. каб. moodle.spsu.ru
2	Тайм-менеджмент	Г.М. Лохонова	2024		+	Корпус 6 Метод. каб. moodle.spsu.ru
3	Деловые коммуникации (краткий курс лекций)	Коробко В.И.	2020		+	http://www.studmedlib . http://lib.icone.ru/images/books/978-5-905248-02.pdf
4	Основы ценообразования	С.С. Демцура	2022		+	https://be5.biz/ekonomika/c004/index.html
Дополнительная литература						
1	Сообщество внутренних коммуникаторов	Информационный источник	2024		+	http://www.inside-pr.ru
2	Технологии корпоративного управления	Информационный источник	2024		+	https://iteam.ru/
3	Менеджмент организаций и администрирование.	В.Н. Тисунова [и др.]. Под ред. В.Н. Тисуновой	2023		+	Корпус 6 Метод. каб. moodle.spsu.ru
4	Законы ПМР: 1) О средствах массовой информации; 2) О персональных данных; 3) Об информации,		Тек. ред. по сост. на 2022 - 2024 г.г.		+	https://vspmr.org/legislation/laws/zakonodateljnie-akti-pridnestrovskoy-moldavskoy-respubliki-v-sfere-obrazovaniya-kuljturi-sporta-molodejnoj-politiki-sredstv-massovoy-informatsii-a-takje-v-

информационных технологиях и о защите информации; 4) О рекламе.						sfere-realizatsii-politicheskikh-prav-i-svobod-grajdan/
--	--	--	--	--	--	---

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

В качестве программного обеспечения используются: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) ПГУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории университета, так и вне ее. ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы (при наличии).
- доступ в электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам).

К числу основных баз данных, информационных систем, используемых в процессе освоения дисциплины относятся:

- научная электронная библиотека ELIBRARY.RU: <http://www.elibrary.ru/>;
- энциклопедический и справочный аппарат: <http://www.iqlib.ru/>;
- энциклопедические Интернет-ресурсы (Рубрикон <http://rubricon.com>);
- википедия <http://Wikipedia.org>),
- Информационное и аналитическое агентство «Эксперт» - <http://expert.ru>
- Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант» - www.consultant.ru, www.garant.ru.

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

Список литературы, содержащийся в рабочей программе, носит справочный характер и дает студенту представление о публикациях по заявленным темам дисциплины. Предлагаемый список изданий включает в себя основную и дополнительную, рекомендуемую для изучения литературу.

Основная литература – необходимый минимум, в который включены базовые учебники и учебные пособия по курсу, из которых студент может почерпнуть необходимый материал для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации.

В список дополнительной рекомендуемой литературы включены и нормативно-правовые акты, которые помогут студенту более глубоко и детально изучить рассматриваемые темы, подготовить интересный доклад. Кроме того, знание студентом дополнительной рекомендуемой литературы является подтверждением успешного усвоения курса.

Самостоятельная работа необходима для углубленного освоения изучаемого материала, источников литературы, развития навыков и способности работать с нормативно-законодательной базой, аналитическими материалами, статистической информацией. Самостоятельная работа должна способствовать пониманию реальных экономических и управленческих процессов в сфере поддержки предпринимательства. Самостоятельная работа студента включает: подготовку к практическим занятиям по заданию преподавателя; написание реферата, по выданной преподавателем теме, в соответствии с требованиями, приведенными в ФОС дисциплины; подготовку к аттестации.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам для проведения всех видов аудиторных занятий практической и научно-исследовательских работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в классических учебных аудиториях. Для показа слайдов, презентаций используется мультимедийная аудитория.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду (образовательному portalу «Электронный университет ПГУ» (Moodle) и сетевым ресурсам Интернета.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Важнейшей стороной любой формы обучения являются практические занятия, на которых основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание практической деятельности – решение задач, графические работы, уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи.

Практические занятия организуются так, чтобы постоянно ощущалось нарастание сложности выполняемых заданий, испытывались положительные эмоции и переживания собственного успеха в учении, напряженной творческой работы, поиска правильных и точных решений, обучаемые получают возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личный потенциал.

Обязательным условием успешности практических занятий является выполнение каждым студентом всех видов внеаудиторных работ в течение семестра.

На последнем занятии подводятся итоги изучения дисциплины в группе.

9. Технологическая карта дисциплины

Курс 2 группа ИГ23ВР68РО семестр 3,4

Преподаватель – лектор: Васильев И.В.

Преподаватель, ведущий практические занятия: Васильев И.В.

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Кредитно-модульная система в ИГУ и СГН не введена.

Рабочая программа дисциплины Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере разработана в соответствии с требованиями ГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки PR-технологии в современной коммуникативной индустрии.