

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 06.09.2026 09:30:14
Уникальный программный ключ:
b049feef759df6f58f67585b9bb2502ddf295921

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский государственный институт искусств»

Колледж культуры и искусств

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа культуры и искусств
ФГБОУ ВО СКГИИ
А.Г. Хашукоева
«27»августа 2026г

Рабочая программа

учебной дисциплины

СГЦ.10

**Основы менеджмента,
связи с общественностью**

специальность

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Квалификация выпускника – дизайнер, преподаватель

Форма обучения – очная

Нальчик, 2026

Рабочая программа «Основы менеджмента, связи с общественностью» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности
54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Организация-разработчик: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский государственный институт искусств» Колледж культуры и искусств

Разработчик: преподаватель ККИ СКГИИ Сижажева О.А.

Эксперт: преподаватель ККИ СКГИИ Гегиева Л.Х.

Рабочая программа «Основы менеджмента» рекомендована на заседании ПЦК «ООД»

Протокол № _____ 9 _____ от 28.06.2026 г.

Председатель ПЦК

Прокудина Н.П.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА»	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	28
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	32

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Основы менеджмента

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины «Основы менеджмента, Связи с общественностью» является частью образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по направлению подготовки специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

СПЦ.00 Социально-гуманитарный цикл

1.3. Цель и задачи дисциплины

Целью курса «Основы менеджмента» является изучение учащимися теоретико-методологических основ менеджмента: усвоение общих закономерностей, принципов и методов управления организациями различных видов. Данный курс предполагает системное рассмотрение всего спектра управленческих задач.

Задачи курса:

1. Актуализация знаний учащихся о целях, принципах, функциях и методах управления.
2. Детализация основных положений менеджмента применительно к системе образования.
3. Формирование целостного представления о менеджменте и его моделях в международном контексте.
4. Формирование и совершенствование имеющихся умений и навыков реализации основных видов деятельности менеджера в организации.

В процессе изучения курса учащиеся знакомятся с основными понятиями классического менеджмента как науки об управлении системами и процессами, рассматривают его особенности в плане общечеловеческой и профессиональной деятельности, соотнося их с традиционно сложившимися

представлениями об управлении.

Связи с общественностью

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины «Связи с общественностью» является частью образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по направлению подготовки специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

СПЦ.00 Социально-гуманитарный цикл

1.3. Цель и задачи дисциплины

Основная цель изучения дисциплины «Связи с общественностью (Public relations – PR)» - предоставление возможности студентам специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Ознакомления с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR -проектов и широкомасштабных программ.

В процессе изучения курса у студентов формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования сферы связей с общественностью, изучаются особенности реализации современных PR-проектов и программ.

Задачи изучения дисциплины:

В теоретическом плане - дать знания о концепциях организации общественных связей за рубежом и в России, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить специфику российской ситуации;

в практическом плане - дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций учащихся:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение дисциплины

Объем дисциплины, виды учебной работы и отчетности

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	56
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
практические занятия	
контрольные работы	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
Формы контроля	<i>Зачёт- 8 семестр.</i>

Учебный курс включает в себя лекции и практические занятия, содержательно объединённые в 3 содержательных блока. В первом блоке представлена совокупность общенаучных теоретико-методологических знаний по курсу в целом. Во втором сконцентрированы знания об функциональных отношениях в менеджменте и практических аспектах деятельности руководителей школ. В третьем – рассматриваются вопросы, связанные с управлением человеком и группой, вопросы власти и лидерства в управлении, эффективности менеджмента.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Тематический план и содержание дисциплины

Содержание дисциплины

Основы менеджмента

Тема 1. Менеджмент и его теоретико-методологические основы.

Природа управления и исторические тенденции его развития; условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в истории менеджмента разнообразие моделей менеджмента: американский, японский, европейский и др.. Влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента. Развитие управления в России. Перспективы менеджмента: возможное и вероятное.

Менеджмент как особая профессиональная деятельность. Контексты менеджмента: уровни и время. Институционализация менеджмента в организациях. Интеграционные процессы в менеджменте.

Общая теория управления. Закономерности и принципы управления различными системами. Управление социально-экономическими системами (организациями). Методологические основы менеджмента. Менеджмент как всеобщая человеческая деятельность. Факторы эффективности менеджмента. Организация как объект управления. Основные характеристики организации. Внешняя и внутренняя среда организации. Организационная структура: виды и особенности.

Практическое занятие 1

Тема: «История развития управленческой мысли»

Вопросы для обсуждения:

1. Какие положения, принципы классической школы управления используются в современном менеджменте?
2. В чем состоит содержание и значение Хотторнских экспериментов?
3. Что явилось стимулирующим началом в развитии науки менеджмента в США и в России?

4. Каковы особенности теории и практики управления в СССР?
5. Каковы причины отставания развития науки управления в России?

Самостоятельная работа

1. История управленческой мысли и возникновение научного менеджмента. Рационалистический подход. Ф. Тейлор, Лилиан и Френк Гилберты.
2. Классическое направление в менеджменте. Процессный подход. Анри Файоль, Г. Эмерсон. Рациональная бюрократия Макса Вебера.
3. Школа человеческих отношений в менеджменте. Элтон Мэйо, Мери Паркер Фоллетт, Дуглас Мак-Грегор.
4. Системный подход к управлению. Честер Бернارد, Питер Друкер, концепция «7—S».
5. Ситуационный подход. Концепция стратегического управления. Количественные теории управления. Игорь Ансофф.
6. Научные взгляды на управление в России. Методика рационализации 6 трудовых движений МВТУ. Разработка НОТ. А.А. Богданов, О.А. Есманский, П.М. Керженцев, А.К. Гастев и др. Идея комплексного подхода к управлению.
7. Отбросьте негодную формулу — история учит лишь тому, что ничему не учит. Возьмите на вооружение другую — *Istoria est magistra vite*. Проанализируйте данные рекомендации.
8. Изучите 3-4 публикации, посвященные проблемам управления в контексте международных моделей менеджмента, проанализировать, выявить особенности каждой модели на современном этапе.
9. В чём заключается сущность понятия «эффективность менеджмента». На каких принципах основываются конкретные подходы к выявлению эффективности управления организацией в социальной сфере.
10. Обосновано ли с учетом использования в русском языке слов «менеджмент» и «управление», утверждение К. Хэйлс, что менеджмент как

понятие шире, чем управление, поскольку менеджмент - это всеобщая человеческая деятельность, а управление это специфическая деятельность профессионалов-менеджеров.

11. Можно ли отметить, что классификация менеджеров по областям менеджмента, выполненная К. Хэйлс, имеет сходство с отечественной классификацией, предлагающей выделять в аппарате управления руководителей, специалистов и служащих? Какую классификацию приняли бы вы? Как можно усовершенствовать отечественную классификацию с учетом идей К. Хэйлс?

12. Можно ли в России использовать в настоящее время японскую модель подготовки управленческих кадров? Если нет, то насколько подходит западная модель? Возможно ли их соединение и как?

13. Что такое менеджмент наука или искусство, практическая деятельность или аппарат ее исполняющий, точная наука или гуманитарная?

14. Сравните положения старой и новой парадигм управления. Как бы вы их охарактеризовали, как противоположные или как взаимодополняющие, развивающие?

15. Проанализируйте различные подходы к выделению принципов управления. Какие из принципов управления содержатся в большинстве из них? Какие, настолько специфичны, что содержатся только у одного автора?

Тема 2. Моделирование ситуаций и разработка решений

Понятие управленческого решения и его особенности. Классификация управленческих решений. Значение управленческих решений и требования к ним. Моделирование ситуаций и основные этапы разработки и реализации управленческих решений. Принципы разработки решений. Условия и факторы качества управленческих решений. Методы обоснования управленческих решений.

Практическое занятие 2

Тема: «Методы принятия управленческих решений»

Вопросы для обсуждения:

1. Возможна ли и как достигается социально-психологическая согласованность при разработке управленческого решения?
2. как влияют нравственные критерии на отношение работника к управленческому решению?
3. каковы области эффективных решений в зависимости от уровня неопределенности и характера управленческой деятельности?
4. Каковы условия применения теоретико-игрового метода?
5. Каковы условия применения экспертных методов?
6. В чем заключается суть и какова область применения метода простой ранжировки?
7. Каковы особенности построения эвристических методов?

Самостоятельная работа:

1. Какова общая идея метода сценариев?
2. Какова технология графического построения дерева решений?
3. Каково влияние управленческого решения на качество продукции?
4. В чем различия между концепциями «работа на процесс» и «работа на результат» и к чему сводится специфика принятия решения в том и в другом случае?
5. Какое место в общей структуре решений отводится тактическим решениям?
6. Для чего менеджеру было бы целесообразно структурировать организацию, выделяя в ее рамках отдельные управленческие зоны? Эта его деятельность связана как-то с проблемой и процедурой принятия решений?
7. В чем различия между такими понятиями, как «доведение решения до исполнителя» и «согласование принимаемых решений»?

8. В каких ситуациях менеджер обычно пользуется спонтанным методом принятия решений?
9. Бинарные и многовариантные решения: в чем схожесть и различие?

Тема 3. Природа и состав функций менеджмента. Мотивация в системе менеджмента.

Понятие функций управления и значение выделения функций для теории и практики управления. Общие и конкретные функции управления. Мотивация деятельности в менеджменте, взаимосвязь мотивации с понятием стимулирования. Теории мотивации: содержательные и процессуальные. Принципы мотивации. Социофакторы и деловая этика менеджмента.

Самостоятельная работа

1. Выявите сущность управленческих функций, а также роль, которую играет выделение в организации (на предприятии) управленческих функций.
2. Мотивация как психологический феномен, как функция управления.
3. Теории мотивации, возможности их применения в современной ситуации в России.
4. Выделите на ваш взгляд важнейшую функцию менеджмента в социальной организации, в образовательной организации, в производственной организации. Поясните своё мнение.

Тема 4. Планирование в системе менеджмента.

Планирование в системе менеджмента.. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Анализ внешней и внутренней среды. Планирование реализации стратегии.

Самостоятельная работа

1. Особенности планирования в организации – виды планирования, этапы осуществления функции планирования, принципы планирование.
2. Выявите возможности перехода в образовательной сфере к стратегическому планированию. Разработайте свои предложения по формулированию миссии конкретной организации. Какие элементы она может включать? Какие цели может ставить перед собой организация?
3. Методы, процедуры анализа внутренней и внешней среды организации. Какие основные стратегии действий предприятия вы знаете?
4. Есть ли факторы, которые оказывают на вашу образовательную организацию (предприятия города, края, области, республики или РФ в целом) резко отрицательное влияние? Как отразить эту угрозу или смягчить это воздействие? Кто должен предпринять эти меры?
5. Насколько значимым фактором внутренней среды является организационная культура? Есть ли ее проявления в той организации, где работаете или учитесь вы?
Можно ли считать, что факторы внешней среды косвенного воздействия влияют на организацию слабее, чем факторы прямого воздействия? Почему? Какие факторы внешней среды влияют на вашу организацию?
6. Управление по целям – основные идеи и технологии реализации. В чем заключается управление по целям?

Тема 5. Организационные отношения в системе менеджмента.

Формы организации системы менеджмента. Модели организации.

Способы координации видов деятельности. Организационная структура и бизнес-среда. Ситуационный подход и концепция управленческого выбора.

Внешняя среда и роль государства. Организационное развитие. Природа планируемых организационных изменений.

Практическое занятие 3

Деловая игра «Организационные начала »

Подготовка игры.

Руководитель игры:

- 1) анализирует анкетные данные участников игры в целях предварительного распределения игровых ролей;
- 2) готовит образцы необходимых документов для игры;
- 3) разрабатывает условия и сценарий игры;
- 4) определяет регламент (расписание) игры;
- 5) разрабатывает инструкции игрокам и проводит инструктаж участников игры.

Участники игры: 10

- 1) изучают рекомендованную к данной теме литературу;
- 2) самостоятельно определяют источники информации по теме, подбирают и анализируют ее;
- 3) готовят для обсуждения в подгруппах и окончательного утверждения свои предложения по: названию фирмы, фирменному знаку, виду продукции или услуги, территориальному размещению фирмы, поставщикам сырья и материалов и потребителям готовой продукции;
- 4) разрабатывают схему организационной структуры будущей фирмы для обсуждения в подгруппе, выработки оптимального варианта и его окончательного утверждения.

Цель игры.

Приобретение практического опыта работы с исходными документами и материалами для создания организации и разработки ее организационной, управленческой и информационной, структуры.

Условия игры:

1. В зависимости от количества слушателей группа распределяется по подгруппам с учетом интересов участников по 3—5 человек в каждой.
2. Организация создается как акционерное общество закрытого типа
3. Размер уставного капитала определяется действующим законодательством.
4. Руководитель игры исполняет должность менеджера высшего ранга и

ведет арбитраж. Все остальные должности высшего и среднего звеньев управления вакантны.

5. Каждый участник игры располагает денежным капиталом в размере 100 млн. руб., вложенным в один из коммерческих банков.

6. Создание, расширение и развитие фирмы осуществляется за счет собственных средств и коммерческого кредита.

Сценарий игры.

1. После распределения студентов на подгруппы руководитель игры ставит перед ними проблемную ситуацию — определить игровые роли в будущей фирме путем выборов:

а) инициативной группы по подготовке и проведению общего собрания акционеров — по одному представителю от подгруппы;

б) для выборов президента (генерального директора), главного бухгалтера, главного инженера фирмы — кандидатуры избираются общим собранием.

2. На общем собрании обсуждаются и утверждаются: название фирмы, фирменный знак, вид продукции, место расположения фирмы, источники финансирования, разработчики проектов и т. д.

1. При положительном решении поставленной проблемы руководитель ставит перед высшим руководством задачу — сформировать среднее звено руководства фирмы, т. е. назначить своим приказом начальников (менеджеров) отделов и служб.

2. Далее игра переходит в следующую стадию, на которой каждый из ее 11 участников определяет права и обязанности по занимаемой должности и представляет на утверждение президенту фирмы. Объем прав и обязанностей упрощается для решения одной игровой задачи — разработки оптимального варианта организационной L структуры фирмы, структуры управления, структуры информационного обмена, схемы административной и функциональной подчиненности подразделений и служб, описания связей между ними, их предназначения, функций и задач.

3. Разработанные документы визируются по линиям взаимосвязи подразделений и служб и представляются на утверждение руководителю игры.

4. На заключительной стадии игры участники переходят к обсуждению в подгруппах финансовых вопросов (предварительный, примерный анализ затрат на разработку устава фирмы, технико-экономического обоснования проекта строительства, бизнес-плана и других документов, иных видов затрат, связанных с созданием фирмы и ее подразделений). Итоги обсуждения представляются президенту фирмы, главному бухгалтеру и главному инженеру для 'подготовки проектов решения последующих задач деятельности фирмы.

5. В заключении деловой игры руководитель заслушивает краткие сообщения всех должностных лиц по итогам их работы и ставит задачи по подготовке к следующему циклу игры.

Регламент (расписание) деловой игры.

Данный документ составляется руководителем игры и зависит от количества часов, выделенных для ее проведения, от уровня подготовки студентов, их специализации, практического опыта, материально-технического и методического обеспечения игры. Основное время должно быть направлено на создание и отработку документов фирмы, отражающих ее организационную, управленческую и информационную структуры.

Выход (итог) игры.

Протокол общего собрания акционеров будущей фирмы.

Перечень документов, необходимых для регистрации фирмы.

Схемы:

- организационной структуры;
- структуры управления;
- информационной структуры фирмы.

Приказ № 1 о назначении должностных лиц фирмы.

Тема 6. Регулирование и контроль в системе менеджмента.

Внутренний контроль и принятие решений. Организация эффективного контроля. Критерии оценки эффективности руководства. Организация анализа эффективности руководства.

Практическое занятие 4

Тема «Контроль как управленческая функция»

Вопросы для обсуждения:

1. Что означает контроль как идеология менеджера? Как с вашей точки зрения, организует свою работу менеджер, исповедующий такую индивидуальную идеологию?
2. какая из всех возможных и известных вам форм контроля является наиболее эффективной и почему? Может ли она быть внедрена на российском предприятии в современных условиях?
3. Почему кружки качества в наиболее полной форме проявили себя именно в Японии? Возможно ли существование таких кружков в условиях современной России?
4. Как вам представляется целостная система контроля качества, если бы вам сегодня пришлось возглавить какое-то российское предприятие?

Самостоятельная работа

1. Эффективный контроль. Какими свойствами должен обладать контроль, чтобы быть эффективным? Почему сфера контроля оказывает существенное влияние на структуру организации?
2. Оцените эффективность контроля по следующим показателям – стратегическая направленность, ориентация на результаты, соответствие виду деятельности, своевременность контроля, гибкость, простота, экономичность, широта.

3. Оцените обстоятельства, которые могут привести к необъективности контроля в организации.

Тема 7. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента.

Управление человеком и управление группой.

Научные основы исследования малых групп. Виды и основные характеристики малых групп. Характеристика формальных групп в организации. Процесс формирования команды. Особенности неформальных групп. Взаимовлияние личности и группы. Межгрупповое взаимодействие в организации. Повышение эффективности деятельности групп.

Практическое занятие 5

Тема «Управление как процесс коммуникаций»

Вопросы для обсуждения:

1. Какие шаги необходимо принять в организации, чтобы создать систему сбора предложений?
2. какие естественные условия наиболее благоприятны для получения сообщений?
3. Возьмите любую инструкцию. Каковы ее достоинства и ограничения как формы письменной коммуникации? Что бы вы сделали, чтобы ее улучшить?
4. Попробуйте описать наиболее эффективный коммуникационный стиль при контактах с покупателями?

Самостоятельная работа

1. Какова роль коммуникаций в управлении?
2. Какие существуют модели коммуникаций?
3. Какие этапы осуществляются в коммуникационном процессе?
4. Чем вызваны трудности в восходящих и нисходящих потоках?

5. Какие методы межличностных коммуникаций известны?
6. Какие существуют коммуникационные стили и роли?
7. Какие коммуникационные барьеры препятствуют межличностным коммуникациям?
8. Какие существуют способы улучшения организационных коммуникаций?
9. Как формируется коммуникационное пространство организации?

Тема 8. Руководство: власть и партнерство, стиль и имидж менеджера.
Конфликтность в менеджменте.

Понятие лидерства и руководства. Стили руководства и элементы его определяющие. Подходы к изучению и улучшению стиля руководства. Власть и влияние. Баланс власти. Формы власти и влияния. Харизма. Имидж менеджера и способы его формирования. Основы управления конфликтами.

Практическое занятие 6

Тема «Стиль управления»

Вопросы для обсуждения:

1. Согласны ли вы с утверждением, что стиль руководства определяется уровнем зрелости подчиненных?
2. Возможно ли использование парсипативного стиля управления на отечественных предприятиях в современных условиях? Обоснуйте свой ответ.
3. Какая из форм влияния, на ваш взгляд, наиболее эффективна в сфере государственного и муниципального управления? Обоснуйте свою точку зрения.

Самостоятельная работа

1. Дайте определение конфликта и перечислите его основные признаки. В

чем отличие деструктивного и конструктивного конфликта?

2. Что относится к организационно-управленческим причинам конфликта?

3. Что такое конфликт между личностью и группой? Какие причины его вызывают?

4. Сформулируйте основные направления деятельности менеджера по предупреждению конфликтов?

Тема 9. Эффективность управления

Понятие эффективности, результативности, производительности управления.

Показатели эффективности управления и подходы к их определению.

Определение факторов роста эффективности управления в современных условиях.

Самостоятельная работа

1. Каковы факторы эффективности менеджмента: экономические, организационные, технические, социальные.

2. Каковы методики расчета эффективности менеджмента исходя из принципов:

- учета факторов времени;
- учет затрат и результатов за жизненный цикл товаров;
- применение к расчету системного подхода;
- применение к расчету комплексного подхода;
- обеспечение многовариантности технических и организационных решений;
- обеспечение сопоставимости вариантов по исходной информации;
- измерение эффекта и эффективности для службы управления персоналом.

виды учебной работы: лекция, практическое занятие, самостоятельная работа.

Практические занятия предполагают обсуждение теоретических вопросов, проведение деловых игр, использование технологий «кейс-стадиз».

Связи с общественностью

Содержание

Тема 1. Связи с общественностью: определение, структура, функции.

Согласие, взаимопонимание и доверие как естественные предпосылки общественной жизни. Значение гармонизации общественных отношений: социальная зависимость, связь, контакт. Роль символических форм в налаживании диалога социальных субъектов. Соотношение понятий «связи с общественностью», «пропаганда», «реклама», «журналистика». Связи с общественностью как одна из функций менеджмента организации. Актуальность и цели управления информационными потоками. Предмет, методы и задачи связей с общественностью.

Тема 2. Исторические особенности становления и развития индустрии PR.

Теория массовой коммуникации и роль «Связей с общественностью» в современном обществе.

Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «публичных отношений». Становление PR как науки и учебной дисциплины. Зарождение «связей с общественностью» в США и пропагандистская деятельность в СССР. Роль Связей с общественностью (СО) в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции СО. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг. Основные профессиональные термины и понятия.

Теория массового общества и роль СМИ. Теория социальной ответственности СМИ. Нормативные теории массовой коммуникации. Теория ограниченных эффектов СМИ. Теория двухступенчатой коммуникации. Критические теории массовых коммуникаций. Система древних коммуникаций. Социально-коммуникационная революция: появление алфавита - путь к массовой грамотности. Революция в печати. Коммуникационная революция индустриального общества: телеграф, телефон, радио, телевидение. Новые средства коммуникации в информационном обществе: компьютер, интернет. Социальные последствия и особенности межличностной, специализированной (профессиональной) и массовой коммуникации.

Тема 3. Общественность и общественное мнение.

Публичная сфера: особенности формирования информационного пространства. Общности, образуемые распределяемой информацией. Предпосылки активизации общественности. Выявление событий повышенной социальной значимости.

Тема 4. Организация и коммуникативное поведение

Управление и коммуникация. Понятие коммуникации, ее сущность и структура. Основные каналы и институты коммуникации. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции. Контроль над средствами коммуникации как один из ресурсов политической власти. Новые информационные технологии и проблема прав человека. Средства массовой информации как основной канал коммуникации. Содержательная, организационная и процессуальная стороны взаимодействия органов государственной власти со СМИ. Деятельность пресс-службы. Информационная политика органов государственной власти и средства массовой информации. Проблема транспарентности и открытости в деятельности органов власти.

Социальная и техническая коммуникация. Система видов и формы коммуникаций. Содержание и элементы коммуникации. Модель Г. Лассауэлла. Влияние языка на мышление и поведение. Семиотическая и семантическая характеристика слова. Коммуникативные функции языка. Возможности вербального воздействия на аудиторию. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации. Синтетические виды коммуникации. Специфика коммуникации в искусстве, кино, телевидении.

Современная корпорация как система. Внутренние и внешние, вертикальные и горизонтальные информационные потоки в рамках организации. Неформальные и деловые коммуникации, их взаимодействие. Корпоративная структура и культура. Концепция корпоративной идентичности. Корпоративные события, их управляемые и неуправляемые параметры. Штатный и чрезвычайный режимы функционирования: кризисные коммуникации фирмы. "Штабные" подразделения корпорации, их функции. Целесообразность организации отдела по связям с общественностью. PR - агентства и предлагаемые ими услуги. Компетенции в сфере "публичных отношений".

Тема 5. PR-организации

Современный PR - менеджер и его проблемы. Соотношение корпоративных и общественных интересов, особенности публичной презентации. Понятия "корпоративного гражданства" и "корпоративной социальной ответственности". Неопределенность, риск и выбор в стратегиях корпоративного поведения. Стратегическое управление репутацией организации (Issues Management). Технологии установления и поддержания связей фирмы с гражданскими ассоциациями и контролирующими органами государства. Цивилизованные формы лоббизма, их возможности и ограничения.

Тема 6. Основные организационные структуры в связях с общественностью. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообщество, политическая, социо-культурная, клерикальная, профессиональная среда. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Функции и задачи PR - специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.

Тема 7 Управление PR-проектами

PR - проект: жизненный цикл, цели, стратегии. Команда проекта. Планирование, координация и контроль за ходом проекта. Модели RACE, ROPE, ROPES. Сбор данных. Установление стратегических приоритетов и утверждение концепции кампании. SMART- цели. Негативные, позитивные и нейтральные тренды: PEST/SWOT - анализ. Шансы, риск, сильные и слабые стороны объекта PR - позиционирования. "Возвышение" имиджа и "отстройка" от конкурента. Защитные, атакующие и "партизанские" стратегии. Стратегическая концепция, тактический план действий, сценарий акции. Разработка сложных многоходовых комбинаций в современных PR - кампаниях. Решение поставленных задач "от проблемы", "от преимущества", "от ресурса".

Тема 8 Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью.

Проектирование желаемого отклика целевых групп. Использование массовых стереотипов, ожиданий, фобий. Роль социальных схематизмов и групповых решений. Манипулятивные техники: провоцирование, давление общественного авторитета, "айки-до". Использование "виртуальных событий" и слухов. Компрометирующие данные и коммуникативные уловки, применяемые в информационных войнах. Этически неприемлемые и незаконные методы в ПР - практике.

Тема 9 Правовое поле и профессиональная этика PR-деятельности.

Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (PACO), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.

Тема 10 Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.

Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Сущность понятия "Имидж товара". Имидж и субъективный образ. Основные составляющие имиджа. Факторы влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Требования, предъявляемые к связям с общественностью в организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения. Определение бренда. Составляющие элементы бренда как целостной маркетинговой системы. Классификация брендов. Концепция формирования бренда. Позиционирование бренда.

Тема 11. Средства массовой коммуникации . Проблемы массовой коммуникации как подсистемы управления.

Историческое развитие средств массовой коммуникации. Роль научных открытий в становлении глобального информационного пространства. СМИ как социальный институт. Особенности дистанционных форм общения (неоднородность, массовость). «Медиатизация» общественной жизни. Интерпретирующая функция СМИ. Информационные войны.

Управление и коммуникация. Понятие коммуникации, ее сущность и структура. Основные каналы и институты коммуникации. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции. Контроль над средствами коммуникации как один из ресурсов политической власти. Новые информационные технологии и проблема прав человека. Средства массовой информации как основной канал коммуникации. Содержательная, организационная и процессуальная стороны взаимодействия органов государственной власти со СМИ. Деятельность пресс-службы. Информационная политика органов государственной власти и средства массовой информации. Проблема транспарентности и открытости в деятельности органов власти.

Тема 12. Особенности подготовки и проведения пресс мероприятий

Брифинг как форма работы с прессой. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях. Планирование пресс-конференции. Виды рабочих ПР - документов, используемых в работе. Пресс-релиз: структура, функции, техника производства. Анонсирующий, промежуточный, итоговый пресс-релиз. Пресс-кит. Типичные ошибки и трудности в организации пресс-мероприятий. Организация пресс-туров.

Тема 13. Базовые документы по PR.

Виды рабочих PR - документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter) кварталный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («red folder»)), приглашение на PR -мероприятие, анкета - опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR - мероприятий, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «профиль фирмы», годовой отчет, письма к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Интерактивные электронные имиджевые документы в Интернете.

Тема 14. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.

Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях. Цели связей с общественностью в государственном управлении. Отличия СО – в структурах государственного и бизнес управления. Субъекты государственного PR - рынка. Структура российского государственного PR -рынка. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ. Пресс - клиппинг как PR - технология. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного рынка PR.

Тема 15 Кризисные коммуникации Методы профилактики кризисов в отношениях с общественностью и проблемное управление.

Кризис и конфликт: понятия, динамика основные параметры. Информационный фон чрезвычайного происшествия. Роль СМИ в драматизации кризисных сценариев. Этапы развития кризисной ситуации: роль ТОП-менеджера и PR-служб.

Первоочередные методы антикризисного реагирования: согласование единой версии происходящего, коммуникативная открытость, оперативное взаимодействие с прессой. Технологии де - драматизации версий происшествия. Заявление корпоративной позиции. Обращение к общественности. Пост - кризисные мероприятия.

Методы профилактики кризисов в отношениях с общественностью и проблемное управление Прогнозирование проблем. Превентивная разработка антикризисной коммуникативной политики организации. «Красная папка» антикризисного реагирования. Формирование команды специалистов-коммуникаторов в условиях кризисной ситуации. Учет юридических ограничений и последствий. Проблема координации коммуникаций.

Тема 16 Экономика связей с общественностью

Факторы трудоемкости и капиталоемкости в связях с общественностью. Источники финансирования в связях с общественностью. Смета доходов, расходов, затрат в PR деятельности. Оценка эффективности в PR.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных занятий с необходимыми техническими средствами (ноутбук, проектор, доска).

3.2. Информационное обеспечение реализации дисциплины

Основная профессиональная образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем дисциплинам, междисциплинарным курсам, видам практик.

Внеаудиторная работа обучающихся должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Реализация основной профессиональной образовательной программы должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин, междисциплинарных курсов основной профессиональной образовательной программы. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет. Каждый обучающийся обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий).

Каждому обучающемуся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящим не менее чем из 5 наименований отечественных журналов.

Образовательное учреждение предоставляет обучающимся возможность оперативного обмена информацией с отечественными образовательными учреждениями, учреждениями и организациями культуры,

а также доступ к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет

Библиотечный фонд СКГИИ и ККИ СКГИИ укомплектован всеми необходимыми печатными источниками, в том числе периодическими изданиями журналов по менеджменту и смежным дисциплинам. Обеспечен доступ к сети Интернет, где студенты имеют доступ к открытым электронным библиотекам: (<http://e.lanbook.com/>), <http://dic.academic.ru/>, http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/#Ekonom

Методические рекомендации преподавателям.

Изложение теоретического материала курса направлено на усвоение учащимися среднего специального учебного заведения необходимых знаний для последующей профессиональной деятельности. В соответствии с задачами курса составляется его тематический план.

Основой обучения являются учебники, их необходимо дополнять новейшими учебно-методическими пособиями. Усвоение студентами знаний и навыков проверяется на практических занятиях.

Преподаватель, читающий курс лекций по «Менеджменту» должен опираться на литературу, указанную в основном и дополнительном списках.

В процессе обучения рекомендуется применять следующие формы, средства и методы обучения:

- средства обучения – конспект лекций, учебная литература;
- формы обучения – лекции по теоретическому материалу, деловые игры, практические занятия, в том числе с использованием интерактивных форм;
- методы обучения – чтение лекций, индивидуальное консультирование.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.

В ходе освоения курса студенты должны владеть не только основным учебным материалом, изложенным преподавателем на уроке, но так же

дополнять этот материал самостоятельным изучением рекомендованной педагогом литературы. Изучение первоисточников, подготовка рефератов - необходимы для приобретения более глубоких теоретических знаний. Глубокое и прочное усвоение курса предполагает активную деятельность учащихся, как в аудитории, так и при самостоятельной работе.

Главное условие успешности в освоении учебной дисциплины – это систематические занятия.

- Для более полного понимания изучаемого материала следует задавать вопросы непосредственно на лекциях и практических занятиях.
- Домашние задания, которые предлагаются после каждого практического занятия, рекомендуется выполнять с опорой на рассмотренный материал на занятии и сразу же после занятия, это позволит установить, насколько усвоен материал;
- Полезно посещать все лекции практические занятия.
- При подготовке к аудиторной самостоятельной работе нужно просмотреть весь лекционный материал, вопросы, решаемые на практических занятиях и при самоподготовке, учесть рекомендации преподавателя к особенностям подготовки по отдельным темам.

Перечень основной учебной литературы.

Основы менеджмента

1. В.А. Абчук, Засл деятель науки России, профессор, Менеджмент, Санкт-Петербург Издательство « Союз» 2002г
2. Веснин В.Р. Менеджмент.3-издание, Москва.,2006 г.
3. Ю.Н. Лапыгин Стратегический менеджмент. Москва 2007г.
4. Т.М. Батарова, О.А. Шклярова практикум по педагогическому менеджменту Тольятти 2003г.
6. И.Н. Герчикова, Менеджмент, 3 издание, Москва Банки и биржи издательское объединение «Юнити» 1997г.

7. Кравченко А.И. История менеджмента. Учебное пособие. М., 2000 г.
8. Лысов О.Е. Основы менеджмента Санкт-Петербург 2001г.

Связи с общественностью

1. Мединский В. Р. Особенности национального пиара. Правдивая история Руси от Рюрика до Петра ОЛМА Медиа Групп 2011 год,
2. Кузнецов Вадим Федорович СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Теория и технологии, ЗАО Издательство «Аспект Пресс». Москва, 2007
3. Связи с общественностью (паблик рилейшнз). Тимофеев М.И.
М.: РИОР, 2005.
4. Кондратьев Э. Связи с общественностью. Практикум. – М.: Академический проект, 2008

Дополнительная литература

1. Леонов Н. И. Конфликтология: Учеб. пособие / Н. И. Леонов. — 2-е изд., Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2006.
2. Е.А. Мезенцев Реклама в коммуникационном процессе. Учебное пособие Омск 2007г
3. Велков И.Г. Личность руководителя и стиль управления. М., 1992 г.
4. Леонов Н.И. Конфликтология, Москва-Воронеж 2006г.
5. Переверзев М.П., Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства. 2007г.
6. Д.А. Новиков Методология управления Москва 2011г.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента

Результаты обучения: умения, знания	Форма контроля и оценивания
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь - принимать эффективные решения -планировать и организовывать работу подразделения -применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы делового и управленческого общения Знать -цикл менеджмента -процесс принятия и реализации управленческих решений -методы управления конфликтами - элементы самоменеджмента - характерные черты современного менеджмента	текущий промежуточный

Связи с общественностью

Результаты обучения: умения, знания	Показать оценку результата	Форма контроля и оценивания
У1 Планировать и организовывать коммуникационные кампании; Эффективно выстраивать все формы коммуникаций с различными	Организовывать и проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения. Использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус - групп в рыночных исследованиях;	текущий промежуточный

группами общественности.		
У2 Устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных структур, рекламными агентствами;	Знать основы речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;	текущий промежуточны й
У3 Организовывать и проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;	Знать основы планирования и проведения кампании по связям с общественностью;	текущий промежуточны й
У4 Грамотно осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в	Знать основные функции PR в системе рыночной экономики;	текущий промежуточны й

социальной сфере.		
3 1 Историю возникновения и развития связей с общественностью;	Теории, историю и современное состояние Связей с общественностью.	текущий промежуточный
3 2 Базовые характеристики и профессиональные термины;	Применять полученные знания в области связей с общественностью;	текущий промежуточный
3 3 Предмет, объект и задачи курса, основные модели управления персоналом;	Описывать объект и предмет связей с общественностью и организационной культуры, уметь сравнивать различные технологии СО;	текущий промежуточный
3 4 Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах как обособом культурном поле;	Владеть основными технологиями СО в условиях организации и ее специфической культуры;	текущий промежуточный

