

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.06.2022 12:45:50
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01.01 Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Рекламный менеджмент

(наименование (специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.О.01.01 «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии» является формирование компетенций по стратегическому менеджменту в коммуникационной индустрии.

Задачи изучения курса:

1. Ознакомить студентов с бизнес-логикой функционирования коммуникационной индустрии, типами, позиционированием, структурой, подходами в работе, бизнес-процессами, основными этапами работы на проектах и пр.;

2. Ознакомить студентов с бизнес-логикой, функционированием коммуникационной индустрии, их задач, системы взаимодействия, принципами работы, бизнес-процессами и пр.;

3. Ознакомить студентов с бизнес-логикой внешних и внутренних заказчиков и взаимосвязи коммуникационных решений и бизнес-стратегии;

4. Сформировать у студентов общую картину восприятия рынка коммуникационной индустрии, взаимосвязей процессов, происходящих как между агентствами, так и между агентством и клиентом.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.01.01 «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;
		УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;
		УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
		УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.
УК-3	Способен организовывать и руководить работой	УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;
		УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;
		УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;
		УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;
		УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	ПКО-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства
		ПКО-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
		ПКО-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.01.01 «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.01.01 «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.01.01 «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии» для инвалидов и лиц с ограниченными

возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Интегрированные бренд-коммуникации	Научно-исследовательская работа
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	-	HR-коммуникации, Психология управления коммуникациями
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	Клиентский сервис	Медиаменеджмент и медиамаркетинг, Психология управления коммуникациями, HR-коммуникации, Репутационный менеджмент

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.01.01 «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии» составляет 6 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	51		51		
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17		17		
Лабораторные работы (ЛР)	-		-		
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34		
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	111		111		
Контроль (экзамен), ак.ч.	54		54		
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	216		216	
	зач.ед.	6		6	

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	144	36	36	36	36	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	36	9	9	9	9	
Лабораторные работы (ЛР)	36	9	9	9	9	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	72	18	18	18	18	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	252	72	54	72	54	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	18	-	18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	432	108	108	108	108
	зач.ед.	12	3	3	3	3

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	72	16	20	16	20	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	16	8	-	8	-	
Лабораторные работы (ЛР)	20	-	10	-	10	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36	8	10	8	10	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	324	92	70	92	70	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	18	-	18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	432	108	108	108	108
	зач.ед.	12	3	3	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Стратегический менеджмент PR-агентства	<p>Тема 1.1. Стратегический менеджмент PR-агентства. Коммуникационный рынок. Типы агентств.</p> <p>Понятие стратегического менеджмента.</p> <p>Особенности стратегического планирования деятельности PR-агентства. Основные виды стратегий развития и роста PR-консалтинговой фирмы. Стратегии реорганизации («зрелости») и стратегии кооперации PR-агентства. Стратегии работы компании с рынком. Основные способы PR-консалтинга. Общие принципы клиент-ориентированного консалтинга.</p> <p>Коммуникационный рынок. Типы агентств.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 1.2. Содержание работы PR-агентства. Основные этапы работы на интегрированных проектах: содержание, последовательность, особенности на примерах реальных кейсов интегрированных кампаний. Бизнес-планирование агентства. Анализ работы текущего агентства: ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, угрозы, возможности, тренды рынка.</p> <p>Разработка позиционирования: миссия, видение, ценности, позиционирование.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 1.3. Бизнес-планирование агентства.</p> <p>Бизнес-планирование: определение ключевого продукта (ов), человеческие ресурсы, совершенствование процессов работы, план по увеличению прибыли, планирование продвижения агентства (участие в фестивалях, рейтинги).</p> <p>Ценообразование услуг агентства.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 1.4. Ценообразование услуг агентства.</p> <p>Принципы формирования стоимости услуг формы, существующие на рынке, тренды, особенности. Формулы для расчета стоимости. Организация и управление коммуникационным агентством. Портфель услуг агентств. Финансовые модели агентств. Структура агентства и команда. Типы проектов и контрактов. Типология клиентов и их задач, продажа услуг агентства, форматы клиентского взаимодействия.</p>	

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 2. Стратегический менеджмент отдела по PR	<p>Тема 2.1. Роль PR-отдела в компании. Особенности стратегического менеджмента отдела по PR. Коммуникационные стратегии. Структура, функционал отделов, тренды. Требования к специалистам. Роль PR отдела в компании. Названия функции (PR-отдел, рекламный отдел, маркетинговые коммуникации, часть маркетинга). Варианты структуры PR-отдела в зависимости от бизнес-задач компании, модели бренда, отрасли, структуры организации, типа PR-активностей. Построение департамента коммуникаций в компании</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.2. Проектирование структуры PR-отдела. Цели и задачи департамента коммуникаций в компании. Типовые формы и структуры департамента коммуникаций в компании. Организация департамента в России и за рубежом. Стратегии и тенденции организации департамента в современном бизнесе. Структура департамента: функционал, иерархия, штатное расписание, должностные инструкции, требования к сотрудникам и пр. Взаимодействие со смежными подразделениями. Типичные роли и позиции внутри PR-отдела. Типичные бизнес-задачи PR-отдела. Бюджетирование и планирование. Проектирование структуры PR-отдела. Составление брифа на PR-кампанию. Проектирование структуры PR-отдела в зависимости от задач и структуры бизнеса. Определение ролей сотрудников, иерархия, набор компетенций. Задача и роль брифа. Типичные структуры брифов в зависимости от задач PR-кампании. Обязательные элементы.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.3 Выбор PR-агентства. Построение работы с агентствами. Выбор PR-агентства. Типы PR/коммуникационных агентств. Планирование организации TTL-кампаний. Модели построения работы с агентствами (одно агентство/агентства по направлениям). Критерии принятия решения в зависимости от задач. Взаимодействие с отделом закупок (procurement). Построение работы с агентствами. Отношения и роли между</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	клиентом и агентством. Грамотная формулировка задачи, грамотная обратная связь. Виды контрактов, плюсы и минусы различных способов. Система работы: брифинги, презентации, корректировки, тайминги, оценка эффективности. Мотивация агентств и команды, варианты KPI.	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ____ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Абрамов В.С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 270 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7127-9. www.biblio-online.ru/book/7402B3EF-9CC9-4B59-91C1-A614DF864325
2. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 361 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-03338-0. Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B97109E1-B0A8-4A65-965F-5FC11185D55A
3. Шарков Феликс Изосимович. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ресурс]: Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М.: Проспект, 2018, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-392-27750-6: 400.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>
4. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 172 с. - (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0716-8: 250.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3558>

Дополнительная литература:

1. Абрамов В.С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 2. Функциональные стратегии : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 246 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-

7126-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/434211>

2. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432025>

3. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства [Текст] : Учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. - М. : Дашков и К, 2016. - 512 с. // [http://www.studmedlib.ru/cgi-bin/mb4x?usr_data=access\(rudn,V4WYR8SLZITCHPES-X078,ISBN9785394025495,5,10773,ru,%d0%9a%d1%83%d0%b7%d0%bd%d0%b5%d1%86%d0%be%d0%b2%d0%b0+%d0%95%d0%b2%d0%b3%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d1%8f+%d0%90%d0%bb%d0%b5%d0%ba%d1%81%d0%b5%d0%b5%d0%b2%d0%bd%d0%b0\)](http://www.studmedlib.ru/cgi-bin/mb4x?usr_data=access(rudn,V4WYR8SLZITCHPES-X078,ISBN9785394025495,5,10773,ru,%d0%9a%d1%83%d0%b7%d0%bd%d0%b5%d1%86%d0%be%d0%b2%d0%b0+%d0%95%d0%b2%d0%b3%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d1%8f+%d0%90%d0%bb%d0%b5%d0%ba%d1%81%d0%b5%d0%b5%d0%b2%d0%bd%d0%b0))

4. Мошляк Г.А. Современный стратегический анализ: высшее образование [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Г.А. Мошляк; Под ред. В.М.Филиппова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 108 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6403>

5. Островская А.А. Стратегическое управление развитием организации [Электронный ресурс] : Учебное пособие / А.А. Островская. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2014. - 102 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/4783>

6. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения : учебно-практическое пособие / С. А. Попов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 447 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-01109-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431117>

7. Попов С.А. Стратегический менеджмент: актуальный курс : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. А. Попов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 481 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09665-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/428315>

8. Фролов Ю.В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 154 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437776>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии».

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.