

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.05.2024 11:50:22
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0e9a7a1c

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере

Уровень образования	магистратура	
Направление подготовки	42.04.01	Реклама и связи с общественностью
Программа магистратуры	Коммуникационный менеджмент	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года	
Формы обучения	очно-заочная	

Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере» изучается во втором семестре второго Модуля.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены

1.1. Форма промежуточной аттестации
экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целями изучения дисциплины «Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере» являются:

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

1.4. Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>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</p>	<p>ИД-ОПК-1.1 Планирование, организация и координация процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Отслеживание и учет изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>- Планирует, организует и координирует процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. - Отслеживает и учитывает изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>
<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИД-ОПК-5.2 Разработка коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>-Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>
<p>ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИД-ОПК-7.1 Осуществление профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применение при разработке и реализации коммуникационного продукта принципов социальной ответственности</p>	<p>- Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений - Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>
<p>ПК-4 Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, применять в профессиональной деятельности перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга, руководить</p>	<p>ИД-ПК-4.1 Анализ перспективных теорий и приемов менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>-Анализирует перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий -Применяет перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и</p>

проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	ИД-ПК-4.2 Применение перспективных теорий и приемов менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
---	---	--

1.5. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме	5	з.е.	160	час.
-----------------------	---	-------------	-----	-------------