

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной

деятельности

В.Г. Шубаева

24 » мач 20 23 г.

**Управление коммуникационным предприятием /отделом**

**Рабочая программа дисциплины**

Направление подготовки/  
Специальность

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы/  
Специализация

Стратегические коммуникации в бизнесе

Уровень высшего образования

Магистратура

Форма обучения

очная

Год набора

2023

Составитель(и):

к.филол.н, Вострикова Ирина Юрьевна

Часов по учебному плану	180	<b>Виды контроля в семестрах:</b>  Экзамен: семестр 3
в том числе:		
контактная работа	48	
самостоятельная работа	96	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

**Распределение часов дисциплины:**

Семестр:	3
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	20
Практические занятия	28
Лабораторные работы	
<b>Итого аудиторных часов</b>	<b>48</b>
Самостоятельная работа	96
Часы на контроль	36
<b>Итого академических часов</b>	<b>180</b>
<b>Общая трудоемкость в зачетных единицах</b>	<b>5</b>

Санкт-Петербург  
2023

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* .....</b>	<b>4</b>
<b>5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>6</b>
<b>5.1 Рекомендуемая литература .....</b>	<b>6</b>
<b>5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в     т.ч. отечественного производства .....</b>	<b>6</b>
<b>5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных     профессиональных баз данных (СПБД).....</b>	<b>6</b>
<b>6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>7</b>
<b>7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>8</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....</b>	<b>9</b>
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Темы письменных работ.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3 Контрольные точки .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Другие объекты оценивания .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5 Самостоятельная работа обучающегося .....</b>	<b>13</b>
<b>1.6 Шкала оценивания результата .....</b>	<b>13</b>

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>Цель:</b>	Освоение магистрантами универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления успешной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, в том числе в сфере построения и управления коммуникационными предприятиями или отделами, а также возможность использования магистрантами полученных знаний и компетенций как в профессиональной, так и в связанной с ней научно-исследовательской деятельности. Сформировать у обучающихся основные представления о межкультурной коммуникации и ее роли в международных связях с общественностью, а также подготовить обучающихся к эффективному межкультурному взаимодействию и оптимальному формированию межкультурной компетенции в современном информационном обществе.
--------------	---

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Управление коммуникационным предприятием /отделом относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 - Способен управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность, обеспечивать стейкхолдер-рилейшнз	ПК-2.1 - Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства, на основании знания специфики функционирования предприятий коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	<p>Знать: современные методы управления коллективом и формирования команды, разработки и обоснования организационно-управленческих решений с учетом их значимости для предприятия.</p> <p>Уметь: самостоятельно разрабатывать и способствовать реализации организационно-управленческих решений на основе анализа проблемных ситуаций и стратегических планов организации.</p> <p>Владеть: навыками организации работы коллектива, мотивации и контроля, умеет оценивать операционную и организационную эффективность принятия управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды.</p>
УК-3 - Способен организовывать и руководить	УК-3.2 - Понимает специфику организационной культуры и общения с руководством, умеет	Знать: основные методы анализа взаимодействия в команде, основные современные технологии коммуникации

работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	мотивировать отдельных сотрудников и коллектив в целом	<p>различного типа, принципы предоставления обратной связи, демонстрировать поведение лидера в команде.</p> <p>Уметь: организовать работу команды, ставить задачи, мотивировать поддерживать в команде атмосферу сотрудничества и достижения цели, показывая ценность вклада каждого участника.</p> <p>Владеть: приёмами и технологиями целеполагания, реализации целей и оценки результатов деятельности по решению профессиональных задач.</p>
УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 - Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственных и (или) иностранном(ых) языке(ах), требования к деловой и профессиональной коммуникации, выбирает коммуникативно приемлемый стиль делового общения.	<p>Знать: методы и способы применения информационно-коммуникационных технологий для сбора, хранения, обработки, представления и передачи информации в ситуациях академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>Уметь: самостоятельно находить и обрабатывать информацию, необходимую для качественного выполнения академических и профессиональных задач и достижения профессионально-значимых целей, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>Владеть: навыками составления, редактирования на государственном языке РФ и/или иностранном языке, выполнять корректный перевод с иностранного языка на государственный язык РФ (и обратно) различных академических и профессиональных текстов, уметь выстроить эффективную деловую коммуникацию в переписке и переговорах, в т.ч. на иностранном языке.</p>

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Рынок коммуникационных агентств как индустрия. Виды	Структура и тенденции рынка коммуникационных агентств. Ассоциации, отраслевые рейтинги. Типы коммуникационных агентств. Ключевые подразделения коммуникационных отделов организации: варианты структуры департамента, в зависимости от бизнес-задач компании, отрасли, структуры организации, типа рекламной коммуникации.	3	4		16

агентств. Коммуникаци онный департамент предприятия.					
Тема 2. Менеджмент рекламной деятельности. Управление персоналом коммуникаци онного предприятия / отдела.	Особенности управленческой деятельности в сфере рекламы. Сравнение функциональной организационной структуры коммуникационного предприятия с проектными и матричными, а также дивизиональными и сетевыми организационными структурами управления. Департаменты, их задачи и функции: администрация, отдел маркетинга, отдел по работе с клиентами, креативный отдел, производственный отдел, медийный отдел, отдел интернет-коммуникаций, вспомогательные подразделения.	4	5		16
Тема 3. Разработка рекламного продукта.	Варианты портфеля услуг рекламного агентства. Важность уникального торгового предложения. Составление формы заказа (брифа) на разработку рекламного продукта. Получение исходных данных от заказчика. Формирование идеи коммуникационного обращения. Методы и организационные формы креативного поиска идей. Определение форм коммуникационного продукта.	3	5		16
Тема 4. Взаимоотнош ения с клиентом: агентский договор и договор на оказание услуг.	Тендерная процедура: планирование, реализация, закрытие тендера. Этапы, работы, задачи, единичные исследовательские, аналитические, творческие, производственные задачи и процессы. Общая схема документооборота при заключении и исполнении договоров коммуникационных услуг и договоров на распространение рекламы. Мотивация команды, варианты KPI.	3	5		16
Тема 5. Изучение спроса. Управление продажами и продвижение м услуг коммуникаци онного предприятия.	Исследования в коммуникационных агентствах, коммуникационных отделах компаний: качественные и количественные методы сбора и анализа информации. Управление продажами коммуникационного агентства. Прямые и опосредованные продажи. Способы размещения рекламы. Продвижение услуг. Стимулирование продаж агентства. Организация собственного агентства: особенности и проблемы.	4	5		16
Тема 6. Материальны е ресурсы для коммуникаци онного предприятия. Ценообразова ние. Затраты. Эффективност	Ценовая политика коммуникационных организаций. Основы ценообразования -установления цен и тарифов на рекламную продукцию, работы и услуги. Себестоимость производства продукции и услуг коммуникационного предприятия, как основа разработки тарифов на продукцию, работы и услуги рекламных организаций. Поиск и выбор поставщиков. Эффективность использования трудовых и материальных ресурсов в производстве рекламной продукции.	3	4		16

Б.					
<b>Контроль:</b>					<b>36</b>
<b>Всего по дисциплине:</b>		<b>20</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>96</b>

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6.	<a href="https://urait.ru/bcode/512271">https://urait.ru/bcode/512271</a>
Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1.	<a href="https://urait.ru/bcode/517793">https://urait.ru/bcode/517793</a>
Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8.	<a href="https://urait.ru/bcode/513763">https://urait.ru/bcode/513763</a>
Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8.	<a href="https://urait.ru/bcode/511517">https://urait.ru/bcode/511517</a>

### 5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- LibreOffice
- ОС Альт образование 10

### 5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
---	------------------------

1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
12.	Электронная библиотека СПбГЭУ – <a href="http://opac.unecon.ru">opac.unecon.ru</a>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 209 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 16 посадочных мест (16 компьютерных столов, 16 стульев), учебная мебель на 18 посадочных мест (9 учебных столов, 18 стульев), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1шт, вешалка, стойка, Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 16 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

<p>4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma х 400 - 1 шт., Экран с электроприводом ScreenMedia Champion 203x153см (SCM-4303) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	
<p>Ауд. 363 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 12 посадочных мест, учебная мебель на 8 посадочных мест (учебных столов 8шт., стульев 16шт.), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка стойка 1шт., жалюзи 1шт. Компьютер Universal №1 - 4 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 Gb/500Gb/Acer V193 19" - 10 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 1 шт., Сетевой коммутатор Switch на 24+2порта - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 340 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 25 посадочных мест, рабочее место преподавателя, тумба - 1 шт., доска маркерная - 1 шт., вешалка стойка - 2 шт., жалюзи - 2 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 12 шт., Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA - 13 шт. Гарнитура Sanako SLH07 с кабелем RJ11 - USB 1,5 метра - 12 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях



семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми

или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации**

- 1 Коммуникационная отрасль и перспективы ее развития в РФ.
- 2 Анализ, контроль и оценка эффективности рекламных кампаний.
- 3 Виды деятельности коммуникационного агентства.
- 4 Виды договоров, используемых коммуникационным агентством.
- 5 Формы вознаграждения персонала коммуникационного агентства.
- 6 Взаимосвязи отдела рекламы с другими подразделениями предприятия.
- 7 Креативный отдел коммуникационного агентства: задачи, функции.
- 8 Методы и формы поиска идей рекламного сообщения.
- 9 Типы коммуникационных агентств.
- 10 Особенности управления качеством рекламной продукции и услуг.
- 11 Международные (сетевые) коммуникационные агентства.
- 12 Ценовая политика коммуникационных агентств.
- 13 Общая схема документооборота коммуникационного агентства.
- 14 Управление материально-техническим обеспечением коммуникационного агентства.
- 15 Структура и содержание коммуникационного плана организации.
- 16 Особенности управленческой деятельности в коммуникационной отрасли.
- 17 Требования, предъявляемые к персоналу коммуникационного предприятия.
- 18 Виды рекламоносителей и их важность для деятельности коммуникационного агентства.
- 19 Требования, предъявляемые к персоналу отдела коммуникаций организации.
- 20 Новые рыночные ниши в области digital-коммуникаций для функционирования коммуникационного агентства.
- 21 Оценка эффективности работы коммуникационного агентства его стейкхолдерами.
- 22 Виды проектов коммуникационного агентства, принципы формирования команды
- 23 Интегрированные коммуникации как системообразующий принцип деятельности коммуникационного агентства.
- 24 Принципы расчета бюджета коммуникационного отдела предприятия.
- 25 Этические принципы в деятельности коммуникационных агентств.
- 26 Основные виды коммуникационных программ и планов.
- 27 Принципы и подходы к расчету бюджета коммуникационного отдела предприятия.
- 28 Стратегическое планирование деятельности коммуникационного агентства.
- 29 Клиентоориентированность как один из основных принципов деятельности коммуникационного агентства
- 30 Виды рисков для коммуникационного агентства. Планирование управления рисками.
- 31 Ключевые структурные подразделения коммуникационных агентств
- 32 Стратегии развития коммуникационного агентства.
- 33 Создание рекламных продуктов с помощью контрагентов коммуникационного агентства.
- 34 Критерии и методика выбора производителей и распространителей рекламы.
- 35 Создание действенной системы мотивации и стимулирования труда сотрудников коммуникационного агентства.
- 36 Стимулирование продаж услуг коммуникационного агентства.
- 37 Роль личных продаж в стимулировании продаж услуг коммуникационного агентства
- 38 Место и роль коммуникационного департамента в организации.

- 39 Роль личных продаж в стимулировании сбытовой политики коммуникационного агентства.
- 40 Этапы разработки рекламного продукта коммуникационным агентством.
- 41 Роль специальных мероприятий в продвижении коммуникационного агентства.
- 42 Профессиональные компетенции руководителя коммуникационного агентства.
- 43 Коммуникационный аудит как агентская услуга.
- 44 Медиаселлинговые и медиабайнговые агентства.
- 45 Материально-технические ресурсы, используемые в деятельности коммуникационного агентства.
- 46 Управление затратами в коммуникационном агентстве.
- 47 Виды отчетов о выполненных коммуникационным агентством проектных работах.
- 48 Варианты стратегий коммуникационного агентства на современном рынке.
- 49 Роль PR-услуг в структуре портфеля услуг коммуникационного агентства.
- 50 Исследования рынка в деятельности коммуникационного агентства.
- 51 Отдел маркетинга коммуникационного агентства: задачи и функции в виде Положения об структурном подразделении агентства.
- 52 Производственный отдел: задачи и функции в виде Положения об структурном подразделении агентства.
- 53 Отдел digital-коммуникаций: задачи и функции в виде Положения об структурном подразделении агентства.
- 54 Медиа-отдел: задачи и функции в виде Положения об структурном подразделении агентства.
- 55 Типы организационной структуры коммуникационного отдела предприятий: на примере конкретных организаций.
- 56 Разработка и формулирование уникального торгового предложения, как основа позиционирования коммуникационного агентства.
- 57 Проведение тендера: продемонстрируйте планирование, проведение, закрытие тендерной процедуры на конкретном примере.
- 58 Позиционирование коммуникационного агентства: миссия, видение, ценности.
- 59 Роль аккаунт-менеджера в коммуникационном агентстве: представьте в виде должностной инструкции или профессиограммы.
- 60 Разработайте проект кодекса этики сотрудников на примере конкретного агентства.
- 61 Абонентское обслуживание клиентов коммуникационного агентства: составьте проект предложения на абонентское обслуживание для конкретной организации.
- 62 Этапы разработки коммуникационного проекта коммуникационным агентством: на примере конкретного агентства.
- 63 Место и роль коммуникационного департамента в организации: на конкретном примере.
- 64 Роль профессиональных премий в продвижении коммуникационного агентства: лучшие практики. Разработка концепции профессиональной премии в области коммуникаций на примере регионального агентства.
- 65 Проектная организационная структура коммуникационного агентства: на примере конкретного агентства.
- 66 Организация коммуникационного агентства как стартап: современные подходы
- 67 Нетрадиционные формы продвижения услуг коммуникационного агентства: на конкретном примере(ах).
- 68 Формирование сбалансированной команды проекта коммуникационного агентства: сформируйте команду проекта на конкретном примере.
- 69 Линейно-функциональная организационная структура коммуникационного агентства: на примере конкретного агентства.
- 70 Матричная организационная структура коммуникационного агентства: на примере конкретного агентства.

- 71 Проектирование организационной структуры управления коммуникациями на предприятии.
- 72 Составьте заказ (бриф) на разработку рекламного продукта.
- 73 Организация коммуникационного агентства как стартап: современные подходы
- 74 Клиентский отдел: задачи и функции в виде Положения об структурном подразделении агентства.
- 75 Функции и должностные обязанности менеджера коммуникационного отдела предприятия в форме должностной инструкции.

## 1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

## 1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Кейс-задание	письменно	1-3
2	Учебный проект	письменно	3-6
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-6

## 1.4 Другие объекты оценивания

Наименования объекта оценивания	Способ проведения	Номера тем
Эссе	письменно	1-5

## 1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Подготовка сообщений, докладов	1-6
Подготовка к экзамену	1-6

## 1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе. Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии

со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
$\leq 54$	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
$\geq 85$	отлично

### Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.