

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью, рекламы и дизайна



В.В. Тулупов
17.04.2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

2. Профиль подготовки/специализация: «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации»

3. Квалификация выпускника: Бакалавр

4. Форма обучения: Очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью, рекламы и дизайна

6. Составители программы: Шилова Мария Александровна к.ф.н., доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна

7. Рекомендована: НМС 17.04.2025 г. протокол № 7

8. Учебный год: 2027/ 2028 Семестр(ы): 5

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

- обучить азам менеджмента в массмедиа, включая рекламный менеджмент;
- дать представление о функциональных обязанностях менеджеров различного уровня.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с мировыми школами менеджмента и их основателями,
- методами управления маркетинговыми и коммуникационными кампаниями;
- систематизировать знания о лидерстве и управлении;
- создать представление о медиаменеджменте и принципах управления творческим коллективом;
- обучить азам тайм-менеджмента и управления вниманием,
- дать представление о стимулировании к труду в сфере массмедиа (материальное и нематериальное поощрение сотрудников), системе коучинга (тьютинга, наставничества и т.п.).

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: данная дисциплина относится к обязательной части блока Б1.рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью». Идет после изучения дисциплины «Медиапланирование» и «Основы интегрированных коммуникаций».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих	УК-2.4	Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: основы менеджмента в массмедиа, типовые психологические и ментальные особенности сотрудников современных СМИ, конъюнктуру рынка; особенности организации и проведения информационных и маркетинговых кампаний. Уметь грамотно формулировать цели и задачи кампаний, KPI; планировать, учитывая имеющиеся временные, человеческие и финансовые ресурсы.

	ресурсов и ограничений			Владеть навыками планирования, организации и проведения информационной, рекламной и СО-кампании в СМИ.
ОП К-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК 5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать механизмы функционирования различных медиакоммуникационных систем. Уметь осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретных медиакоммуникационных систем. Владеть навыками менеджмента в медиакоммуникационных системах региона, страны или мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 ЗЕТ/ 108 ч.

Форма промежуточной аттестации - экзамен.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
		По семестрам

		Всего	№ 5 семестра	№ семестра	...
Контактная работа			32		
в том числе:	лекции		16		
	практические		16		
	лабораторные		-		
	курсовая работа		-		
	Контрольные работы		+		
Самостоятельная работа			40		
Промежуточная аттестация (для экзамена). Контроль			36		
Итого:			108		

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
1. Лекции			
1.1	Менеджмент и его функции. Школы менеджмента.	Определение ключевых понятий менеджмента. Ключевые функции менеджмента: организация, контроль и т.п. Школы менеджмента: HOT, административная, человеческих отношений и др.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.2	Менеджмент и менталитет. Теория	Индивидуализм и коллективизм. Влияние климата и природных особенностей на	- https://edu.v

	поколений Н.Хоува и У.Штрауса.	ментальность. Культура и традиции, религиозные особенности. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса. Особенности поколений с точки зрения HR-специалиста.	su.ru/course/view.php?id=18807
1.3	Медиапредприятия и медиаменеджмент (редакционный). Организационные структуры.	Управление редакционным коллективом. Организационные структуры: линейная, дивизиональная, матричная, штабная. Типовые структуры современных конвергентных и традиционных СМИ, устройство рекламных и СО-агентств, организация пресс-служб и информационных агентств. Традиционные и конвергентные СМИ. Особенности работы медиахолдингов. Процессный подход Деминга.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.4	Трудовой коллектив и рабочая группа. Управленческое мастерство.	Типы и виды трудовых коллективов и групп. Стили руководства. Конфликты и способы их разрешения. Основные профессии массмедиа. Специфика менеджмента в творческом коллективе. Принципы производительности Г. Эмерсона. Законы Д. Мерфи и Сирилла Н. Паркинсона.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.5	Теории лидерства. Лидерство и власть. Мотивация сотрудников.	Теории лидерских качеств (Ф.Вудс, Р.Стогдилл, Р.Кеттел, Г.Стайс и др.). Ситуационные лидерские теории (Ф.Фидлер, Харси-Бланшар, Т.Митчел и Р.Хаус и др.). Поведенческие теории лидерства (Дуглас МакГрегор, Р.Лайкерт, К.Левин и др.). Материальная и нематериальная мотивация сотрудников.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.6	Продюсерская деятельность в массмедиа.	Продюсерская деятельность в креативных индустриях. Проектный менеджмент: «железный» треугольник управления	- https://edu.vsu.ru/course

	Проектный менеджмент.	проектами (время, деньги, объем и качество).	/view.php?id=18807
1.7	Тайм-менеджмент в массмедиа.	Целеполагание и планирование. Матрицы дел по срочности и важности. Коучинг, наставничество.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2. Практические занятия			
2.1	Менеджмент и его функции. Школы менеджмента.	Школы менеджмента: НОТ, административная, человеческих отношений и др. Основоположники и основные идеи.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.2	Менеджмент и менталитет. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса.	Индивидуализм и коллективизм. Влияние климата и природных особенностей на ментальность. Культура и традиции, религиозные особенности. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса. Особенности поколений с точки зрения HR-специалиста.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.3	Медиапредприятия и медиаменеджмент (редакционный). Организационные структуры.	Управление редакционным коллективом. Типовые структуры современных конвергентных и традиционных СМИ, устройство рекламных и СО-агентств, организация пресс-служб и информационных агентств. Основные профессии массмедиа. Специфика менеджмента в творческом коллективе. Особенности работы медиахолдингов.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.4	Трудовой коллектив и рабочая группа. Управленческое мастерство.	Типы и виды трудовых коллективов и групп. Стили руководства. Конфликты и способы их разрешения. Основные профессии массмедиа. Специфика менеджмента в творческом коллективе. Принципы производительности Г.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807

		Эмерсона. Законы Д. Мерфи и Сирилла Н. Паркинсона.	
2.5	Теории лидерства. Лидерство и власть. Мотивация сотрудников.	Теории лидерских качеств (Ф.Вудс, Р.Стогдилл, Р.Кеттел, Г.Стайс и др.). Ситуационные лидерские теории (Ф.Фидлер, Харси-Бланшар, Т.Митчел и Р.Хаус и др.). Поведенческие теории лидерства (Дуглас МакГрегор, Р.Лайкерт, К.Левин и др.). Материальная и нематериальная мотивация сотрудников.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.6	Продюсерская деятельность в массмедиа. Проектный менеджмент.	Продюсерская деятельность в креативных индустриях. Проектный менеджмент : «железный» треугольник управления проектами (время, деньги, объем и качество).	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.7	Тайм-менеджмент в максмедиа.	Целеполагание и планирование. Матрицы дел по срочности и важности. Коучинг, наставничество.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Контроль	Самостоятельная работа	Всего
1	Менеджмент и его функции. Школы менеджмента	2	2	6	6	
2	Менеджмент и менталитет. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса.	2	2	6	6	
3	Медиапредприятия и	2	2	6	6	

	медиаменеджмент (редакционный). Организационные структуры.					
4	Трудовой коллектив и рабочая группа. Управленческое мастерство.	2	2	3	6	
5	Теории лидерства. Лидерство и власть. Мотивация сотрудников.	2	2	6	6	
6	Продюсерская деятельность в массмедиа. Проектный менеджмент.	4	4	6	5	
7	Тайм-менеджмент в медиакоммуникациях.	2	2	3	5	
	Итого:	16	16	36	40	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Необходимо посещение лекций и работа с конспектами лекций, ознакомление с презентационными материалами, выполнение практических заданий, тестов, особенно это касается разделов : «Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО. Антикризисный менеджмент» и «Менеджмент и его функции. Школы менеджмента» и др.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Ракитянская, А. И. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие / А. И. Ракитянская, С. А. Тимошенко. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2023.

	<p>— 80 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/340106 — Режим доступа: для авториз. пользователей. https://reader.lanbook.com/book/340106?lms=7d465e26a61d088489e1025a3e50bf5c</p>
2	<p><i>Колобова, Е. Ю. Менеджмент в сфере СМИ : учебное пособие / Е. Ю. Колобова. — Санкт-Петербурге : СПбГИКут, 2021. — 161 с. — ISBN 978-5-94760-451-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/415760 (дата обращения: 19.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей. https://reader.lanbook.com/book/415760?lms=ccf48ae25d4bd718591a921a07ca07cb</i></p>
3	<p>Медиасистема России: учебник для студентов вузов : [16+] / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612615 — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный.</p>
4	<p>Медиаменеджмент и медиамаркетинг : учебное пособие / А. А. Нечитайло, А. А. Гнутова, Н. В. Прядильникова [и др.]. — Самара : Самарский университет, 2022. — 116 с. — ISBN 978-5-7883-1857-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/336710 — Режим доступа: для авториз. пользователей. (https://reader.lanbook.com/book/336710?lms=e475cc865cbe7d63566e3d8682c05a3d)</p>
5	<p>Попова, И. В. Основы менеджмента : учебное пособие / И. В. Попова. — Иркутск : Иркутский ГАУ, 2023. — 177 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/366980 . — Режим доступа: для авториз. пользователей. (https://reader.lanbook.com/book/366980?lms=29a6be3a8294064912214b5bd62ac730)</p>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
6	<p>Дементьева, А. Г. Управление человеческими ресурсами: теория и практика : учебник : [16+] / А. Г. Дементьева, М. И. Соколова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2015. – 352 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573879 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0798-4. – Текст : электронный.</p>
7	<p>Менеджмент: теория, практика и международный аспект : учебник : [16+] / под ред. Н. Ю. Кониной ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2019. – 432 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573649 – ISBN 978-5-7567-1021-2. – Текст : электронный.</p>
8	<p>Менеджмент организации : учебник : [16+] / О. В. Баландина, А. Б. Вешкурова, Н. А. Копылова [и др.] ; под общ. ред. С. А. Шапиро. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 566 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575119 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0717-2. – DOI 10.23681/575119. – Текст : электронный.</p>
9	<p>Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Г. С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305 – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст : электронный.</p>
10	<p>Реклама и связи с общественностью: теория и практика : [учебное</p>

	пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 - журналистика (профиль "Реклама и публичных отношений") / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370, [1] с. — Библиогр. в конце гл. — ISBN 978-5-9273-2223-7.
--	--

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Источник
8	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
9	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
10	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
11	ЭУМК «Менеджмент в массмедиа» – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
12	ЭБС Консультант студента – Режим доступа: https://studentlibrary.ru/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР): учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная,

обзорная и т.д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации
Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell;

ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы:

ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование:

мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 118 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование:

мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244;

ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55" Haier

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение:

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc,

Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr.

Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование».

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Все разделы дисциплины (лекции+ практические) 1.1.- 1.7 и 2.1.-2.7.	УК-2	УК 2.4.	Контрольные работы (тестовое задание №1, 2), сообщение/доклад/презентация
2	Все разделы дисциплины (лекции + практические) 1.1.- 1.7. и 2.1 – 2.7.	ОПК -5	ОПК- 5.2	Контрольные работы (тестовое задание №1, 2), сообщение/доклад/презентация
<p style="text-align: center;">Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен</p>				<ol style="list-style-type: none"> 1.Определение понятия «менеджмент». Уровни менеджмента. Функции менеджмента. 2. Менеджмент и менталитет. 3. Школы менеджмента (НОТ, Административная, Человеческих отношений, Управленческая, Ситуационная школа). 4. Медиапредприятие и медиаменеджмент. Процессный подход. 5.Редакционный менеджмент (на примере конкретного СМИ). 6. Лидерство в менеджменте. Формальное и неформальное лидерство. Власть и влияние на людей. 7. Поведенческие теории лидерства (Дуглас Макгрегор,

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы)) достижения компетенции	Оценочные средства
				<p>Р.Лайкерт, К. Левин или др.).</p> <p>8. Теории лидерских качеств (Ф. Вудс, Р. Стогдилл, Р. Кеттел и Г. Стайс или др.)</p> <p>9. Ситуационные лидерские теории (Ф.Фидлер, Харси-Бланшар, «путь-цель» Т. Митчел и Р.Хаус или др.).</p> <p>10. Управление проектом.</p> <p>11.Тайм-менеджмент: основные приемы.</p> <p>12. Антикризисный менеджмент. Управление в сложных ситуациях.</p> <p>13. Трудовой коллектив. Мотивация сотрудников. Коучинг и наставничество.</p> <p>14. Современные медиапрофессии.</p> <p>15. Традиционные и конвергентные СМИ: общее и различное. Особенности управления.</p> <p>16. Поведенческая экономика. Управление поведением аудитории.</p> <p>17. Современные медиахолдинги (Например, ВГТРК, «ГазпромМедиа», «Национальная Медиа Группа», Алишер Усманов и холдинг</p>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компете нция(и)	Индикатор(ы)) достижения компетенции	Оценочные средства
				«ЮТВ», «Rambler&Co» и/или др.).18. Продюсерская деятельность в массмедиа. 19. Принципы производительности Г. Эмерсона. Законы Д. Мерфи и Сирилла Н. Паркинсона.

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тестовые задания, сообщение/доклад/презентация.

Тест № 1.

1. Менеджмент – это (выберете наиболее точный ответ):

а) организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации; деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли.

б) процесс оптимизации человеческих, материальных и финансовых ресурсов для достижения организационных целей; умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей, работающих в организации.

в) отрасль науки, рассматривающая личность в контексте взаимодействия с трудовым коллективом; система материальной и нематериальной мотивации.

2. Родоначальники поведенческой экономики, такие как Д. Канеман, А. Тверски, утверждали, что систематическое финансовое поведение людей:

А) Рационально

Б) Нерационально

В) Иррационально

3. Напишите напротив каждого описания предприятия название его организационной структуры (линейная, линейно-штабная, функциональная, функционально-штабная, дивизиональная (продуктовая или рыночная), матричная).

А) Структура ООО РИФ «Сальвэ!» выглядит следующим образом: во главе предприятия – Генеральный директор. У него в подчинении находятся главный бухгалтер, главный редактор и директор по рекламе. А им подчиняются рядовые сотрудники возглавляемых ими структурных подразделений.

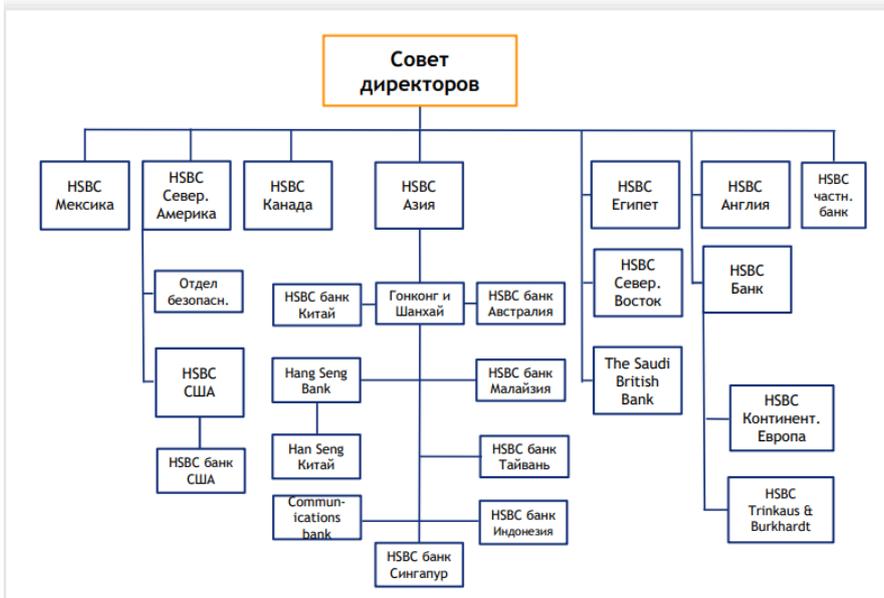
Б)

Организационная структура Apple



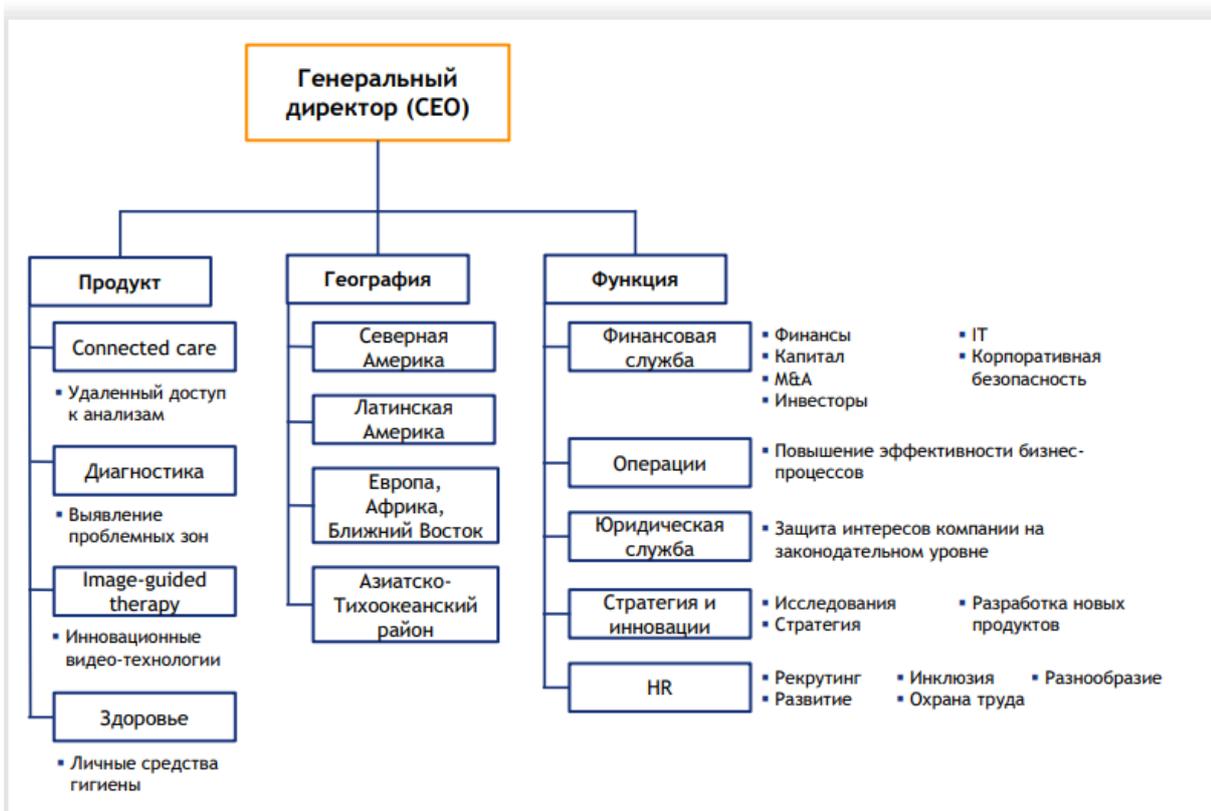
В)

Организационная структура HSBC



Г)

Организационная структура Philips



4. Что не входит в 12 принципов производительности Г. Эмерсона?

- А) Здравый смысл.
- Б) Дисциплина.
- В) Устные инструкции.

Г) Нормы и расписание.

5. Назовите законы С.Н. Паркинсона.

6. Основные функции менеджмента это:

А) Планирование, организация, руководство, контроль.

Б) Планирование, организация, поощрение, взыскание.

В) Планирование, мотивация, поощрение, контроль.

Г) Планирование, руководство, делегирование, контроль.

7. Основоположник научной школы управления труда:

а) Ф. Тейлор

б) А. Файоль

в) Э. Мэйо

г) А. Богданов

8. Основоположник административной (классической) школы управления:

а) Ф. Тейлор

б) А. Файоль

в) Э. Мэйо

г) А. Маслоу.

9. Из каких трех компонентов состоит железный треугольник управления проектами?

10. Для какого метода управления проектами характерно разбиение всего времени выполнения проекта на итерации (спринты), а для какого – составление досок проекта (что запланировано, что в работе, что выполнено).

11. Кто из руководителей компании отвечает за определение цели её развития:

а) менеджеры среднего звена

- б) совет директоров
- в) акционеры
- г) все сотрудники

12. Конкретные конечные результаты, которые хотела бы достичь организация - это:

- а) цели
- б) миссия
- в) стратегия
- г) тактика деятельность организации

13. Миссия фирмы – это:

- а) максимизация прибыли
- б) внешнее предназначение фирмы
- в) цель, связанная со снижением издержек
- г) мотивация ее персонала

14. Медиаменеджер – это:

- а) специалист, занимающийся управлением медиахолдингом, обладающий формальной и неформальной властью в коллективе.
- б) специалист, занимающийся руководством, стратегией развития различных массмедиа, управлением медиапроектами и созданием медиапродуктов в СМИ и др..
- в) специалист, управляющий творческими кадрами медиапредприятия, осуществляющий каждодневный контроль.
- г) специалист по медиатехнологиям, осуществляющий технический контроль за функционированием медиапредприятия.

15. Петра Иванова назначили начальником отдела дизайна в рекламном агентстве.

Он хорошо знает все проблемы и желания трудового коллектива: необходимость обновления техники и увеличения площади помещения, пожелания сотрудников по увеличению заработной платы и снижению интенсивности труда. Как вы считаете, сможет ли Иванов исполнить все желания сотрудников отдела (аргументируйте)?

16. Недавняя выпускница вуза Ласточкина Галина устроилась на должность ведущей регионального телевизионного канала. Зарботная плата в 2 раза больше минимального размера оплаты труда. Опишите возможные варианты мотивации к труду у данной сотрудницы.

17. Вы являетесь начальником структурного подразделения в медиасфере. К вам пришло четыре кандидата на должность SMM-менеджера. Один обладает всеми необходимыми навыками и опытом, но не проявляет особого интереса к работе в силу личных обстоятельств. Второй не обладает нужными навыками и опытом, но очень стремится работать. Третий обладает нужными навыкам, опытом и хочет работать. И четвертый не обладает нужными навыками и опытом, и не особенно стремится их получить. Каких двух соискателей на должность вы выберете?

18. Что должен сделать менеджер (управленец) в случае, когда он физически не справляется с выполнением всех поставленных задач самостоятельно?

19. Как бы вы одним словом назвали процесс формирования новых организационных СМИ, ставших результатом слияния нескольких различных по типу и направленности СМИ: радио, телевидения, печатных СМИ, Интернет-изданий, новостных платформ социальных сетей и др.?

20. Что такое HR-бренд компании?

Ключ:

1.б.

2.в.

3. а- линейная, б- линейно-функциональная , в- дивизиональная или дивизионально-штабная, г-матричная.

4.в

5. 1) Работа заполняет время, отпущенное на неё.2) Расходы растут с доходами.3) Рост приводит к усложнённости, а усложнённость — это конец пути.

6.а.

7.а

8.б

9. Время, Стоимость, Объем работ. А в центре-качество.

10. Ответ: методологии Scrum и Kanban.

11.б

12.а

13.б

14.б

15. Ответ: Нет (с большой долей вероятности). У начальника отдела есть более высокое начальство, которое ставит перед ним свои цели и задачи. Кроме того, владельцы любого бизнеса стремятся к оптимизации и минимизации расходов. Любые увеличения затрат должны быть экономически обоснованы.

16. Ответ: Скорее всего, мотивация носит нематериальный характер, т.к. зарплата невысокая. Галина стремится получить опыт работы (для того, чтобы в будущем рассчитывать на более высокую заработную плату), самоутвердиться (публичная профессия, известность), установить полезные профессиональные контакты (общение с политиками, известными людьми региона) и т.п.

17. Ответ: Второго и третьего.

18. Ответ. Делегировать полномочия.

19. Ответ: конвергенция.

20. Это **образ компании, который складывается у текущих и потенциальных сотрудников**. Он формируется из материальных выгод (зарплат, премий, бонусов, возможностей для карьерного роста) и неформальных преимуществ — корпоративной культуры, атмосферы и репутации на рынке.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: собеседование по билетам к экзамену в сочетании с докладом/ презентацией.

Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации - экзамен

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<p>Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом менеджмента в массмедиа (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами из российской и зарубежной практики, владеет фактами, данными научных исследований; умеет связывать теорию с практикой, применять теоретические знания для решения практических задач в области медиакоммуникаций.</p>	Повышенный уровень	Отлично
<p>Обучающийся владеет понятийным аппаратом менеджмента в массмедиа (теоретическими основами дисциплины), способен связывать теорию с практикой, но допускает ошибки при изложении фактического материала, допускает терминологические неточности, не всегда способен проиллюстрировать ответ примерами из практики и применить знания для решения практических задач.</p>	Базовый уровень	Хорошо
<p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами менеджмента в массмедиа, фрагментарно способен воспроизводить фактический материал и примеры, иллюстрирующие теорию, не умеет применять теоретические знания на практике.</p>	Пороговый уровень	Удовлетворительно
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не способен самостоятельно приводить</p>	–	Неудовлетворительно

примеры и применять полученные знания на практике.		
--	--	--