

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: Заочная**

**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: 2026/ 2027**

**Семестр(ы): 8**

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:**

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

### *Задачи учебной дисциплины:*

- познакомить студентов с мировыми школами менеджмента и их основателями,
- методами управления маркетинговыми и коммуникационными кампаниями;
- 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».

**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, имеющихся ресурсов и ограничений | 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 | <p>Знать: основы менеджмента в массмедиа, типовые психологические и ментальные особенности сотрудников современных СМИ, конъюнктуру рынка; особенности организации и проведения информационных и маркетинговых кампаний.</p> <p>Уметь грамотно формулировать цели и задачи кампаний, KPI; планировать, учитывая имеющиеся временные, человеческие и финансовые ресурсы.</p> <p>Владеть навыками планирования, организации и проведения информационной, рекламной и СО-</p> |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                                                                                                                                                                                                                                              | кампании в СМИ.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ОП<br>К-5 | Способен<br>учитывать в<br>профессионал<br>ьной<br>деятельности<br>тенденции<br>развития<br>медиакоммуни<br>кационных<br>систем<br>региона,<br>страны и мира,<br>исходя из<br>политических и<br>экономических<br>механизмов их<br>функциониров<br>ания,<br>правовых и<br>этических норм<br>регулирования | ОПК<br>5.2 | Осуществляет<br>свои<br>профессиональн<br>ые действия в<br>сфере рекламы и<br>связей с<br>общественностью<br>с учетом<br>специфики<br>коммуникационны<br>х процессов и<br>механизмов<br>функционировани<br>я конкретной<br>медиакоммуникац<br>ионной системы | Знать механизмы<br>функционирования различных<br>медиакоммуникационных систем.<br>Уметь осуществлять свои<br>профессиональные действия с<br>учетом механизмов<br>функционирования конкретных<br>медиакоммуникационных систем.<br>Владеть навыками менеджмента в<br>медиакоммуникационных системах<br>региона, страны или мира, исходя из<br>политических и экономических<br>механизмов их функционирования,<br>правовых и этических норм<br>регулирования. |

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 33ЕТ/ 108 ч.**

**Форма промежуточной аттестации - экзамен.**

**13. Трудоемкость по видам учебной работы**

| Вид учебной работы | Трудоемкость |                 |            |     |
|--------------------|--------------|-----------------|------------|-----|
|                    | Всего        | По семестрам    |            |     |
|                    |              | № 5<br>семестра | № семестра | ... |

|                                         |                    |  |     |  |  |
|-----------------------------------------|--------------------|--|-----|--|--|
| Контактная работа                       |                    |  | 12  |  |  |
| в том числе:                            | лекции             |  | 6   |  |  |
|                                         | практические       |  | 6   |  |  |
|                                         | лабораторные       |  | -   |  |  |
|                                         | курсовая работа    |  | -   |  |  |
|                                         | Контрольные работы |  | +   |  |  |
| Самостоятельная работа                  |                    |  | 87  |  |  |
| Промежуточная аттестация (для экзамена) |                    |  | 9   |  |  |
| Итого:                                  |                    |  | 108 |  |  |

### 13.1. Содержание дисциплины

#### Содержание дисциплины

| п/п              | Наименование раздела дисциплины                                | Содержание раздела дисциплины                                                                                                                                               | Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *                                               |
|------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Лекции</b> |                                                                |                                                                                                                                                                             |                                                                                                            |
| 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. | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 1.2              | 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. | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |

|     |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                            |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                               | Особенности поколений с точки зрения HR-специалиста.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                            |
| 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. | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 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.                                                                                                       | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 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.                                                                          | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 1.6 | Продюсерская деятельность в массмедиа. Проектный менеджмент.                  | Продюсерская деятельность в креативных индустриях. Проектный менеджмент: «железный» треугольник управления проектами (время, деньги, объем и качество).                                                                                                                                                                                                              | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 1.7 | Тайм-менеджмент в                                                             | Целеполагание и планирование. Матрицы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | -                                                                                                          |

|                         |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                            |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | массмедиа.                                                                    | дел по срочности и важности. Коучинг, наставничество.                                                                                                                                                                                                                                                       | <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a>      |
| 2. Практические занятия |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                            |
| 2.1                     | Менеджмент и его функции. Школы менеджмента.                                  | Школы менеджмента: HOT, административная, человеческих отношений и др. Основоположники и основные идеи.                                                                                                                                                                                                     | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 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.                                                                            | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 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. | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 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. Эмерсона. Законы Д. Мерфи и Сириллы Н. Паркинсона.                                              | -<br><a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 2.5                     | Теории лидерства.                                                             | Теории лидерских качеств (Ф.Вудс,                                                                                                                                                                                                                                                                           | -                                                                                                          |

|     |                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                         |
|-----|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Лидерство и власть. Мотивация сотрудников.                   | 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. | <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a>   |
| 2.6 | Продюсерская деятельность в массмедиа. Проектный менеджмент. | Продюсерская деятельность в креативных индустриях. Проектный менеджмент : «железный» треугольник управления проектами (время, деньги, объем и качество).                                                                                                  | - <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |
| 2.7 | Тайм-менеджмент в массмедиа.                                 | Целеполагание и планирование. Матрицы дел по срочности и важности. Коучинг, наставничество.                                                                                                                                                               | - <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807</a> |

### 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                        | 1                    | 1            | 1        | 12                     |       |
| 2     | Менеджмент и менталитет. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса.     | 1                    | 1            | 2        | 12                     |       |
| 3     | Медиапредприятия и медиаменеджмент (редакционный). Организационные | 0.5                  | 0.5          | 1        | 12                     |       |

|   |                                                                    |     |     |   |    |     |
|---|--------------------------------------------------------------------|-----|-----|---|----|-----|
|   | структуры.                                                         |     |     |   |    |     |
| 4 | Трудовой коллектив и рабочая группа.<br>Управленческое мастерство. | 0,5 | 0.5 | 1 | 12 |     |
| 5 | Теории лидерства.<br>Лидерство и власть.<br>Мотивация сотрудников. | 1   | 1   | 2 | 15 |     |
| 6 | Продюсерская деятельность в массмедиа. Проектный менеджмент.       | 1   | 1   | 1 | 15 |     |
| 7 | Тайм-менеджмент в массмедиа.                                       | 1   | 1   | 1 | 9  |     |
|   | Итого:                                                             | 6   | 6   | 9 | 87 | 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:

| №<br>п/п | Источник                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | Ракитянская, А. И. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие / А. И. Ракитянская, С. А. Тимошенко. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2023. — 80 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/340106">https://e.lanbook.com/book/340106</a> — Режим доступа: для авториз. пользователей. |



|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | <a href="https://reader.lanbook.com/book/340106?lms=7d465e26a61d088489e1025a3e50bf5c">https://reader.lanbook.com/book/340106?lms=7d465e26a61d088489e1025a3e50bf5c</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2 | <p>Колобова, Е. Ю. Менеджмент в сфере СМИ : учебное пособие / Е. Ю. Колобова. — Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2021. — 161 с. — ISBN 978-5-94760-451-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/415760">https://e.lanbook.com/book/415760</a> (дата обращения: 19.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> <p><a href="https://reader.lanbook.com/book/415760?lms=ccf48ae25d4bd718591a921a07ca07cb">https://reader.lanbook.com/book/415760?lms=ccf48ae25d4bd718591a921a07ca07cb</a></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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612615">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612615</a> — 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: <a href="https://e.lanbook.com/book/336710">https://e.lanbook.com/book/336710</a></p> <p>— Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> <p>(<a href="https://reader.lanbook.com/book/336710?lms=e475cc865cbe7d63566e3d8682c05a3d">https://reader.lanbook.com/book/336710?lms=e475cc865cbe7d63566e3d8682c05a3d</a>)</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: <a href="https://e.lanbook.com/book/366980">https://e.lanbook.com/book/366980</a> . — Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> <p>(<a href="https://reader.lanbook.com/book/366980?lms=29a6be3a8294064912214b5bd62ac730">https://reader.lanbook.com/book/366980?lms=29a6be3a8294064912214b5bd62ac730</a>)</p>                                                                                      |

б) дополнительная литература:

| №<br>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573879">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573879</a> – 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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573649">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573649</a> – 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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=575119">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=575119</a> – 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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494305">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494305</a> – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст : электронный.</p> |
| 10       | <p>Реклама и связи с общественностью: теория и практика : [учебное 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,</p>                                                                                                                                                                                                                                                             |

|  |                                                          |
|--|----------------------------------------------------------|
|  | [1] с. — Библиогр. в конце гл. — ISBN 978-5-9273-2223-7. |
|--|----------------------------------------------------------|

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

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

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

| №<br>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        | Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 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 |

| №<br>п/п | Наименование<br>раздела<br>дисциплины<br>(модуля)    | Компетенция(и) | Индикатор(ы)<br>) достижения<br>компетенции | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------|------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | Промежуточная аттестация<br>форма контроля – экзамен |                |                                             | <p>1.Определение понятия «менеджмент». Уровни менеджмента. Функции менеджмента.</p> <p>2. Менеджмент и менталитет.</p> <p>3. Школы менеджмента (НОТ, Административная, Человеческих отношений, Управленческая, Ситуационная школа).</p> <p>4. Медиапредприятие и медиаменеджмент. Процессный подход.</p> <p>5.Редакционный менеджмент (на примере конкретного СМИ).</p> <p>6. Лидерство в менеджменте. Формальное и неформальное лидерство. Власть и влияние на людей.</p> <p>7. Поведенческие теории лидерства ( Дуглас Макгрегор, 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</p> |

| №<br>п/п | Наименование<br>раздела<br>дисциплины<br>(модуля) | Компетенция(и) | Индикатор(ы)<br>) достижения<br>компетенции | Оценочные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------|---------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                   |                |                                             | <p>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 «ЮТВ», «Rambler&amp;Co» и/или др.).</p> <p>18. Продюсерская деятельность в массмедиа.</p> <p>19. Принципы производительности Г. Эмерсона. Законы Д. Мерфи и Сирилла Н. Паркинсона.</p> |

## 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.

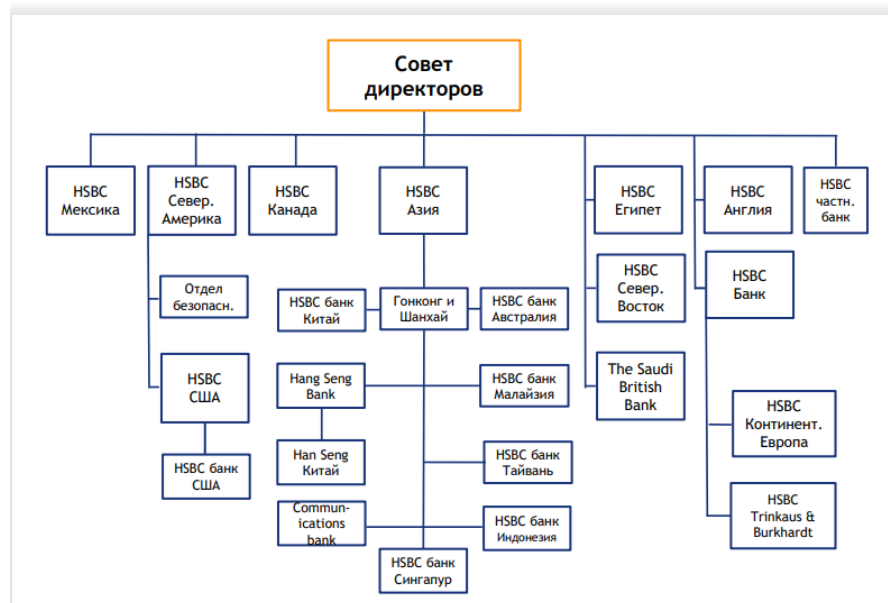
Б)

## Организационная структура Apple



В)

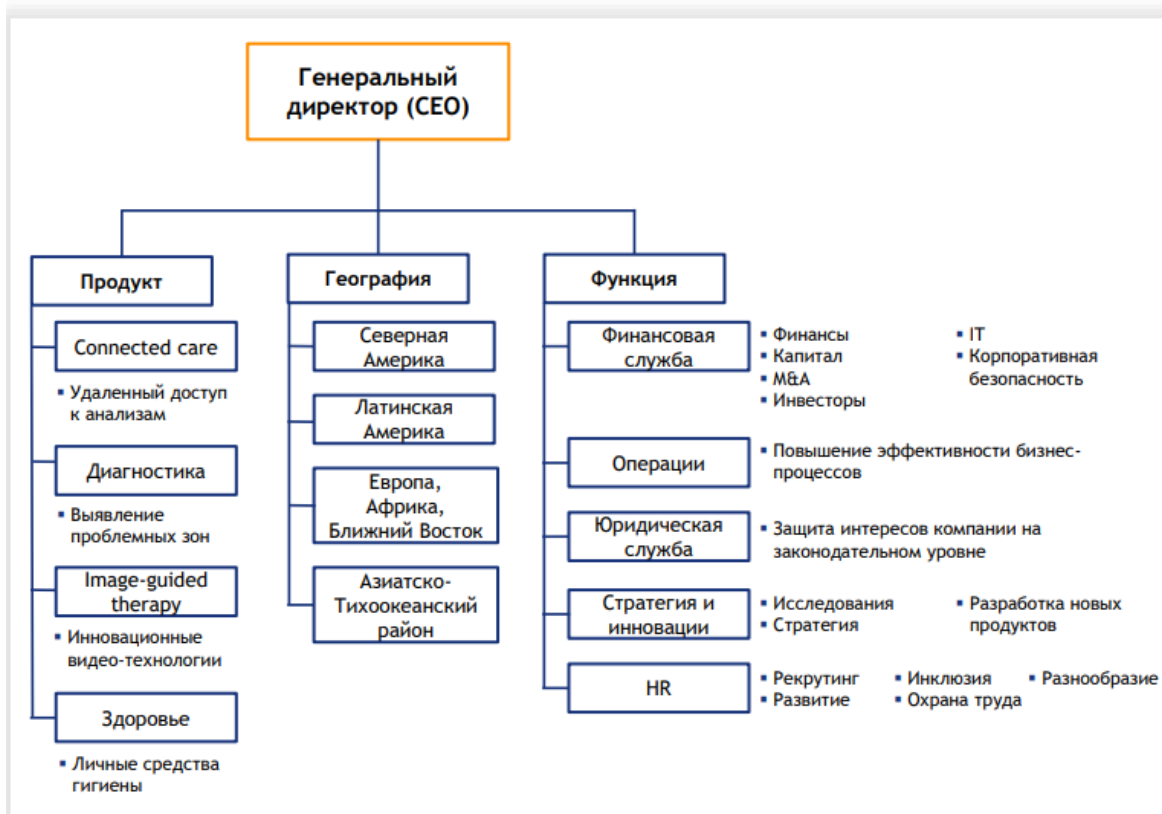
## Организационная структура HSBC



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. Заработная 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 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------|
| Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом менеджмента в массмедиа (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ | Повышенный уровень                   | Отлично      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| <p>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>                                                                                                                                        |                          |                            |
| <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> | <p>Базовый уровень</p>   | <p>Хорошо</p>              |
| <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>                                                                                                                                      | <p>Пороговый уровень</p> | <p>Удовлетворительно</p>   |
| <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 примеры и применять полученные знания на практике.</p>                                                                                   | <p>—</p>                 | <p>Неудовлетворительно</p> |