

Аннотация к дисциплине

«Бизнес-планирование рекламной и PR-деятельности в социальных коммуникациях и масс-медиа»

Целью освоения дисциплины «Бизнес-планирование рекламной и PR-деятельности в социальных коммуникациях и масс-медиа» является формирование универсальной компетенции ПК-2 Способен управлять (менеджмент) информационными ресурсами

– знание теоретических основ менеджмента, его сущности, содержания и современных концепций;

– целостного представления о менеджменте как науке, практике и искусстве управления в рамках организаций.

Задачами освоения дисциплины «Бизнес-планирование рекламной и PR-деятельности в социальных коммуникациях и масс-медиа» являются:

1. знания:

– об общих понятиях и подходах в менеджменте;

– об истории зарубежной и отечественной управленческой мысли, и парадигм современного менеджмента;

– теории организации;

– о сущностных аспектах организационного поведения.

2. умения:

– анализировать и определять сильные и слабые стороны функционирования организации, прогнозируя возможности ее развития, а также угрозы, с которыми может столкнуться развивающаяся организация;

– формулировать управленческие задачи на различных стадиях жизненного цикла организации с учетом изменений в ее внутренней и внешней средах.

3. студентам необходимо овладеть такими практическими навыками, как:

– результативное участие в групповой работе;

– решения конкретных ситуационных задач (кейсов);

– выполнение PEST-анализа и SWOT-анализа;

– построение «дерева целей»;

– построение матрицы БКГ и выбор стратегии развития организации