

Министерство образования и молодежной политики Свердловской области  
государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Свердловской области «Верхнетуринский механический техникум»

Рассмотрено  
на заседании  
методического совета  
Председатель Бадина .Е.Л. Бадина  
Протокол № 2 от «07» 10 2020 г.



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГАПОУ СО «Верхнетуринский  
механический техникум»  
Шутова М.Н. Шутова  
«07» «10» 2020 г.

## ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Программа профессиональной переподготовки  
по профессиям рабочих, должностям служащих

**24071 «Менеджер по рекламе»**

г. Верхняя Тура,  
2020г.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа разработана из часов вариативной части и является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по программе дополнительного профессионального образования (в программах повышения квалификации и переподготовки) 24075 Менеджер по рекламе.

Программа и учебный план разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности «Дошкольное образование» (Приказ Минобрнауки Российской Федерации от 27 октября 2014 г. № 1351 (ред. от 25.03.2015)); Федерального государственного стандарта среднего общего образования (приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года №413, в редакции Приказа Минобрнауки России от 29.12.2014 №1645).

### **Цель:**

-получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и исследования конъюнктуры рынка. Планируемые результаты обучения:

- овладение знаниями в области основ менеджмента, рекламной деятельности и связей с общественностью;
- формирование навыков сбора, хранения и использования информационных материалов; - формирование навыков делового общения.

При разработке программы и учебного плана использовались следующие **нормативные документы:**

- Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 года № 273-ФЗ с изменениями на 21 июля 2014 года;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013 года №292 с изменениями от 21 августа 2013 года №977 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 января 2014 г. №2 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 июля 2013 №513 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение» (с изменениями от 16.12.2013 г. №1348, 16.03.2014 г. №244);
- Федеральный государственный стандарт среднего общего образования (приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 года №413, в редакции Приказа Минобрнауки России от 29.12.2014 №1645).
- Перечень профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение (приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 02.07.2013 г. №513, с изменениями от 16.12.2013 г. №1348, 16.03.2014 г. №244);
- Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного

образования (утвержден 17 октября 2013 года №1155);

- Приказ Министерства образования и науки РФ от 5 июня 2014 г. № 632 «Об установлении соответствия профессий и специальностей среднего профессионального образования, перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2013 г. №1199, профессиям начального профессионального образования, перечень которых утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 сентября 2009 г. № 354, и специальностям среднего профессионального образования, перечень которых утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 сентября 2009 г. № 355».

## **КВАЛИФИКАЦИОННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**

1. Организует работу по рекламированию производимой продукции или выполняемых услуг с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о преимуществах качества и отличительных свойствах рекламируемых товаров или услуг.

2. Осуществляет руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний. Разрабатывает планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определяет затраты на их проведение.

3. Участвует в формировании рекламной стратегии, основанной на перспективных направлениях дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности.

4. Осуществляет выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления.

5. Определяет конкретных носителей рекламы (газеты, журналы, рекламные ролики и др.) и их оптимальное сочетание.

6. Изучает рынок сбыта и покупательский спрос с целью определения наилучшего времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц, на которые должна быть направлена реклама, ориентируя ее на целевые группы по профессии, возрасту, покупательной способности, полу.

7. Организует разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролирует их качество, обеспечивая наглядность и доступность рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы.

8. Осуществляет контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию продукции или услуг.

9. Организует связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности.

10. Анализирует мотивацию спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги, организует изучение потребностей покупателей и определяет направленность проведения рекламных кампаний.

11. Поддерживает необходимые связи с другими структурными подразделениями предприятия, учреждения, организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий, привлекает к решению поставленных задач консультантов и экспертов,

приглашает к участию в рекламе широко известных и популярных лиц, заключая с ними договоры на коммерческой основе.

12. Осуществляет руководство подчиненными сотрудниками.

**Должен знать:**

- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность;
- основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса;
- конъюнктуру рынка;
- порядок ценообразования и налогообложения; теорию и практику менеджмента;
- организацию рекламного дела;
- средства и носители рекламы;
- основы делового администрирования, маркетинга;
- формы и методы ведения рекламных кампаний;
- порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний; этику делового общения;
- основы социологии, общую и специальную психологию;
- основы технологии производства, структуру управления предприятием, учреждением организацией, перспективы инновационной и инвестиционной деятельности;
- основы организации делопроизводства;
- современные средства сбора и обработки информации; средства вычислительной техники, коммуникаций и связи;
- формы и методы работы с персоналом, мотивации труда; основы законодательства о труде; передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела;
- правила и нормы охраны труда.

## 1. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Количество часов
1	<b>Блок общепрофессиональных дисциплин</b>	<b>110</b>
1.1.	Охрана труда при работе на персональном компьютере	14
1.2	Работа в ОС Windows, MS Office, в сети Интернет	22
1.3	Основные понятия рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса	24
1.4	Психолого-социальные аспекты продаж	16
1.5	Психология и этика делового общения	34
2	<b>Блок специальных дисциплин</b>	<b>90</b>
2.1	Менеджмент	30
2.2	Рекламное дело	30
2.3.	Организация связей с общественностью	30
	<b>Учебная/производственная практика</b>	<b>114</b>
3.	<b>Квалификационный экзамен</b>	<b>6</b>
	<b>ИТОГО</b>	<b>320</b>

## 2. ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

### Охрана труда при работе на персональном компьютере

#### ***Тема 1. Общие вопросы охраны труда***

Определение терминов "Охрана труда", "Условия труда", "Вредный (опасный) производственный фактор", "Безопасные условия труда", "Рабочее место", "Средства индивидуальной и коллективной защиты работников", "Производственная деятельность". Основные направления государственной политики в области охраны труда. Безопасность труда как составная часть производственной деятельности.

#### ***Тема 2. Законодательство по охране труда Трудовой кодекс Российской Федерации.***

Обязанности работодателя по обеспечению безопасных условий и охраны труда. Обязанности работника в области охраны труда. Коллективный договор. Содержание коллективного договора. Финансирование мероприятий по улучшению условий и охраны труда. Трудовой договор. Содержание трудового договора. Срок трудового договора. Право работника на труд, отвечающий требованиям безопасности и гигиены. Обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования). Обеспечение работников средствами индивидуальной защиты. Порядок выдачи работникам молока или других равноценных пищевых продуктов. Режим рабочего времени и время отдыха. Продолжительность рабочей недели, ежедневной работы (смены), время начала и окончания работы, время перерывов в работе, число смен в сутки, чередование рабочих и нерабочих дней. Сменная работа. Сверхурочная работа и ее ограничение. Виды времени отдыха. Перерывы для отдыха и питания. Продолжительность еженедельного непрерывного отдыха. Ежегодные оплачиваемые отпуска и их продолжительность. Ежегодный дополнительный оплачиваемый отпуск. Особенности регулирования труда работников в возрасте до 18 лет. Работы, на которых запрещается применение труда лиц в возрасте до 18 лет. Особенности регулирования труда женщин, лиц с семейными обязанностями. Работы, на которых ограничивается применение труда женщин.

#### ***Тема 3. Нормативные документы по охране труда***

Государственные нормативные требования по охране труда. Порядок разработки, принятия, внедрения нормативных требований. Национальные и государственные (ГОСТ) стандарты, СанПиНы (санитарные правила и нормы), ПОТ (правила охраны труда), НПБ (нормы пожарной безопасности), ПБ (правила безопасности), инструкции по охране труда.

#### ***Тема 4. Организация и управление охраной труда***

Государственное управление охраной труда. Органы государственного надзора и контроля соблюдения трудового законодательства. Положение по организации по охране труда в учреждении. Положение о специалисте по охране труда в организации. Комитет (комиссия) по охране труда.

#### ***Тема 5. Обучение работников требованиям охраны труда***

Обучение и проверка знаний работников по охране труда. Проведение инструктажей по охране труда: вводного, первичного на рабочем месте, повторного, внепланового, целевого. Обучение лиц, поступающих на работу с вредными и (или) опасными условиями труда, безопасным методам и приемам выполнения работ со

стажировкой на рабочем месте и сдачей экзаменов. Периодическое обучение по охране труда и проверка знаний требований охраны труда в период работы. Положение о порядке организации и проведения обучения по охране труда работников организации.

#### ***Тема 6. Требования электробезопасности.***

Основные причины и виды поражения электрическим током. Специфика поражающего действия электрического тока. Пороговые ощутимый, неотпускающий и фибрилляционный токи. Напряжение прикосновения. Факторы поражающего действия электрического тока. Классификация помещений по степени поражения человека электрическим током. Средства защиты от поражения электротоком. Организационные мероприятия по безопасному выполнению работ в электроустановках.

#### ***Тема 7. Несчастные случаи на производстве***

Несчастные случаи на производстве, подлежащие расследованию и учету. Обязанности работодателя при несчастном случае на производстве. Порядок расследования несчастного случая на производстве. Оформление материалов расследования несчастного случая на производстве.

#### ***Тема 8. Средства индивидуальной защиты***

Нормы бесплатной выдачи спецодежды, спецобуви и других средств индивидуальной защиты от воздействия опасных и вредных производственных факторов для лифтера. Правила применения средств индивидуальной защиты. Правила ухода и периодичность замены средств индивидуальной защиты. Порядок замены спецодежды, спецобуви и других средств индивидуальной защиты, пришедших в негодность раньше установленного срока носки. Средства индивидуальной защиты от поражения человека электрическим током.

#### ***Тема 9. Способы оказания первой помощи пострадавшим при несчастных случаях***

Способы оказания первой помощи при кровотечении, ранениях, переломах, вывихах, ушибах и растяжении связок. Способы оказания первой помощи при поражении электрическим током. Правила освобождения пострадавшего, попавшего под действие электрического тока. Искусственное дыхание и наружный массаж сердца. Аптечка с медикаментами для оказания первой помощи при несчастных случаях.

#### ***Тема 10. Характеристика условий труда***

Виды работ, выполняемые сотрудниками при выполнении своих обязанностей. Наиболее вероятные случаи травматизма и заболеваемости при работе сотрудников. Опасные и вредные производственные факторы, возникающие при работе сотрудников. Неблагоприятное воздействие вредных и опасных производственных факторов на организм человека.

#### ***Тема 11. Требования к организации рабочего места***

Рациональная организация своего рабочего места. Важность отсутствия на рабочем месте лишних предметов, не используемых в работе. Взаимное расположение в помещении персональных компьютеров, копировальномультипликативной и другой оргтехники. Влияние взаимного расположения компьютеров на уровень генерируемых ими излучений. Требования к расположению рабочих мест для предупреждения облучения других работников. Безопасное расстояние между персональными компьютерами. Рекомендуемое расположение экрана персонального компьютера по отношению к окну. Визуальная проверка перед началом работы исправности

электропроводки, вилки, розетки, а также электрических соединений между собой всех устройств, входящих в комплект оборудования, расположенного на рабочем месте. Последовательность выполнения работы сотрудником, определенная инструкцией по эксплуатации используемой оргтехники. Рациональная рабочая поза сотрудника и уменьшение утомляемости. Рекомендуемая высота плоскости рабочего стола (с учетом индивидуальных особенностей офисного сотрудника). Рекомендуемые размеры пространства под столом для ног. Требования, предъявляемые к рабочему креслу. Регулирование высоты сидения и спинки. Подлокотники рабочего кресла. Рациональное расположение клавиатуры персонального компьютера на рабочем месте.

### ***Тема 12. Санитарно-гигиенические требования к условиям труда сотрудников***

Нормативные значения площади и объема производственного помещения на одно рабочее место сотрудника с использованием персонального компьютера. Требования к внутренней отделке интерьера помещений, в которых работают сотрудники. Требования, предъявляемые к полу помещений, проходов, лестниц. Требования к микроклимату и содержанию вредных веществ в воздухе рабочей зоны производственных помещений. Санитарные нормы микроклимата производственных помещений. Предельно допустимые концентрации вредных веществ в воздухе рабочей зоны. Требования к естественному и искусственному освещению рабочих мест. Роль нормальной освещенности рабочего места и отсутствия бликов света в предупреждении перенапряжения зрительного анализатора в процессе работы. Расположение рабочих мест по отношению к световым проемам. Система общего равномерного освещения. Комбинированная система освещения. Нормируемая освещенность рабочего места. Ограничение прямой и отраженной блескости от источников света. Ограничение яркости светящихся поверхностей (окон, светильников и т. п.). Источники света и светильники, применяемые в помещениях. Периодичность чистки стекол оконных рам и светильников. Требования к шуму. Нормирование допустимых уровней шума на рабочих местах сотрудников. Ограничение уровней шума на рабочих местах при выполнении основной работы с использованием персонального компьютера. Применение звукопоглощающих материалов для отделки помещений. Установленные режимы труда и отдыха для снижения зрительного и костномышечного утомления сотрудников. Виды трудовой деятельности при работе с персональным компьютером. Установление регламентированных перерывов в работе для обеспечения оптимальной работоспособности и сохранения здоровья. Определение времени регламентированных перерывов в работе в зависимости от продолжительности работы, вида и категории трудовой деятельности. Ограничение непрерывной работы с персональным компьютером без регламентированного перерыва. Выполнение комплексов упражнений во время регламентированных перерывов для снижения нервноэмоционального напряжения, утомления зрительного анализатора.

## **Работа в ОС Windows, MS Office, в сети Интернет**

### ***Раздел 1. Введение и общие положения***

Лекция. Понятие информации. Свойства информации. Данные. Операции с данными. Виды данных. Кодирование данных двоичным кодом. Таблицы кодировки ASCII.

Единицы представления, измерения и хранения данных. Основные структуры данных.  
Предмет и задачи информатики

### ***Раздел 2 Основы защиты информации***

Лекция. Информационная безопасность и её составляющие. Угрозы безопасности информации и их классификация. Законодательные и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие правовые отношения в сфере информационной Защита от несанкционированного вмешательства в информационные процессы. Организационные меры, инженерно-технические и иные методы защиты информации. Антивирусная защита

### ***Раздел 3 Технические и программные средства реализации информационных процессов***

Лекция. Вычислительная техника. Компьютер. Классификация персональных компьютеров. Состав вычислительной системы (вычислительного комплек- са). Аппаратное и программное обеспечение. Классификация служебных и прикладных программных средств. Устройство персонального компьютера. Базовая аппаратная конфигурация.

### ***Раздел 4. Операционные системы персональных компьютеров***

Лекция. Понятие и назначение операционных систем. Функции и режимы работы операционных систем. Виды операционных систем. Организация файловой системы. Обслуживание файловой структуры. Основы работы с операционной системой MS Windows (основные объекты и приемы управления, файлы и папки, операции с файловой структурой, использование главного меню). Основы работы с операционной системой MS Macintosh (основные объекты и приемы управления, файлы и папки, операции с файловой структурой, использование главного меню).

### ***Раздел 5. Компьютерная графика***

Лекция. Виды компьютерной графики. Растровая графика. Векторная графика. Фрактальная графика. Трёхмерная графика. Представление графических данных. Графические редакторы.

### ***Раздел 6. Текстовый редактор Microsoft Word***

Лекция. Понятие и основные функции текстового процессора Word. Основные элементы окна и меню Word. Принципы работы с Word. Структура и основные элементы документа Word. Форматирование. Хранение и печать документов. Шаблоны документов. Мастер формул (Microsoft Equation 3.0)

Лабораторная работа №1. Настройка режимов MS Word.

Лабораторная работа №2. MS Word. Создание, редактирование и форматирование документа.

Лабораторная работа №3. MS Word. Создание таблиц и работа с ними.

Лабораторная работа №4. MS Word. Вычисления в таблицах.

Лабораторная работа №5 MS Word. Создание и редактирование диаграмм.

Лабораторная работа №6. MS Word. Создание шаблонов документов.

### ***Раздел 7. Электронные таблицы Microsoft Excel***

Лекция. Понятие и основные функции электронных таблиц. Основные элементы окна и меню Excel. Панели и кнопки инструментов. Строка формул. Рабочий лист (лист таблицы, лист диаграммы), рабочая книга Excel. Ячейка, интервал ячеек. Способы адресации ячеек (относительные, абсолютные, смешанные ссылки). Ввод и редактирование данных.



Функция рабочего листа. Конструирование формул. Управление вычислениями. Создание и редактирование диаграмм. Форматирование и защита рабочего листа. Базы данных (списки) в Excel. Стандартная экранная форма для работы со списком. Основные функции баз данных. Сортировка и фильтрация записей. Группировка данных, промежуточные и итоговые таблицы базы данных.

Лабораторная работа №7 MS Excel. Создание и форматирование таблиц.

Лабораторная работа №8. MS Excel. Выполнение инженерных расчетов.

Лабораторная работа №9. MS Excel. Графики функций и диаграммы.

Лабораторная работа №10. MS Excel. Сортировка и анализ списков.

Лабораторная работа №11. MS Excel. Фильтрация списков.

Лабораторная работа №12. MS Excel. Разработка промежуточных и итоговых таблиц.

### ***Раздел 8. Локальные и глобальные сети ЭВМ***

Основные понятия в вычислительных сетях. Локальные сети. Топология. Особенности построения и управления вычислительных сетей. Глобальная сеть Internet. Общая характеристика, особенности построения.

## **Основные понятия рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса**

### ***Тема 1. Понятие и содержание бизнеса***

Понятие и сущностные черты бизнеса. История развития бизнеса. Экономические цели и интерес в бизнесе. Субъекты бизнеса. Основа предпринимательского бизнеса. Основа потребительского и государственного бизнеса. Деловой интерес потребителей в бизнесе. Функции бизнеса: инновационная, социальная, организаторская. Система бизнеса. Факторы, влияющие на эффективность работы фирмы. Физические и юридические лица. Коммерческие и некоммерческие фирмы. Картель. Синдикат.

### ***Тема 2. Основы организации бизнеса***

Структурная перестройка экономической системы как основное условие формирования предпринимательства. Реформы: ценообразования, оплаты труда, финансово-кредитной и денежной систем. Развитие форм собственности, условие формирования и развития всех видов предпринимательства. Право собственности и объекты собственности. Формы и виды собственности. Начало и прекращение права собственности. Пути разгосударствления собственности: на основе аренды (с выкупом и без выкупа имущества); путем акционирования на основе покупки государственного имущества. Приватизация собственности на основе конкурсов и аукционов.

### ***Тема 3. Организационно-правовые формы и виды предпринимательской деятельности***

Трест. Консорциум. Конгломерат. Концерн. Типы финансово-промышленных групп. Виды холдинговых компаний: чистые и финансовые холдинги. Унитарные предприятия. Оффшорные зоны. Зоны свободной торговли. Хозяйственное товарищество. Типы товариществ. Общество с ограниченной ответственностью. Общество с дополнительной ответственностью. Типы акционерных обществ. Способ предпринимательской деятельности без образования юридического лица. Научно-техническое предприятия. Индивидуальный предприниматель.

### ***Тема 4. Организация и регистрация предпринимательской фирмы***

Этапы при организации собственного бизнеса. Становление на учет в пенсионный фонд и в налоговую инспекцию. Свидетельство о регистрации. Лицензирование. Срок действия лицензии. Аннулирование лицензии. Последовательность создания нового юридического лица.

#### ***Тема 5. Прекращение деятельности фирмы Реорганизация фирмы.***

Добровольная ликвидация фирмы. Причины ликвидации фирмы в судебном порядке. Формы реорганизации. Цели и задачи реорганизации. Укрупнение компании. Пути поглощения. Имущество, которое осталось после ликвидации организации и удовлетворения всех требований кредиторов. Ликвидационная комиссия. Тема 6. Рынок и конкуренция в системе бизнеса Значение рыночной среды для функционирования бизнеса. Модели рынка. Маркетинг как способ организации бизнеса на рынке. Полиполия. Олигополия. Монополия. Конкуренция в системе бизнеса. Механизм конкуренции. Взаимозаменяемость количества и качества продукции в удовлетворении потребностей. Конкурентоспособность товара. Влияние инновационной активности на конкурентоспособность. Методы регулирования конкуренции. Формы недобросовестной конкуренции. Конкурентная среда на товарных рынках и государственное регулирование их структуры. Правовые меры преодоления ограничений в конкуренции и недобросовестной конкуренции.

#### ***Тема 7. Бизнес-планирование***

Цели и задачи разработки бизнес-плана. Требования, предъявляемые к бизнес-плану. Структура бизнес-плана. Процесс составления бизнес-плана: критерии оценки бизнес-идеи, исследование рынка, планирование финансовых результатов. Типичные ошибки, совершаемые при составлении бизнес-плана.

#### ***Тема 8. Производственный, коммерческий, финансовый бизнес***

Производство товаров и товарных услуг как вид бизнеса. Объекты и субъекты, черты производственного Отрасти и ресурсы производственного бизнеса. Рациональное использование ресурсов в производственном бизнесе. Факторы, влияющие на эффективность производственного бизнеса. Коммерция как особый вид бизнеса. Коммерция производственной фирмы. Функции коммерции. Оптовая и розничная торговля. Виды торговли. Ценообразование в коммерции. Сделки и представительство в коммерческих правоотношениях. Обязательства в коммерческих правоотношениях. Договор как основа коммерческих обязательств. Виды финансового бизнеса. Услуги, оказываемые на финансовом рынке. Функции финансового рынка. Риски и операции финансового бизнеса. Защита конкуренции на рынке финансовых услуг. Доминирующее положение финансовой организации.

#### ***Тема 9. Информационный и международный бизнес***

Особенности организации информационного бизнеса. Роль информации в бизнесе. Ресурсы информационного бизнеса. Сегменты информационного бизнеса. Формирование затрат и цен в информационном бизнесе. Виды и функции международного бизнеса. Сфера международного бизнеса. Виды международного бизнеса. ТНК. Международная торговля. Переменные выбора форм международного бизнеса. Деловые международные операции и факторы на них воздействующие. Государственное влияние на внешнюю торговлю с позиции производителя и покупателя.

#### ***Тема 10. Предпринимательский риск***

Понятие риска. Основные виды предпринимательского риска: по возможности диверсификации, по масштабам, по сфере возникновения, по длительности, по ожидаемым результатам, по степени обоснованности. Основные факторы прямого воздействия, влияющие на уровень риска. Методы определения риска. Способы снижения риска. Методы сбалансированной оценки риска. Виды финансового, валютного, операционного риска.

### ***Тема 11. Инновационное предпринимательство***

Инновации. Инновации по признаку охвата доли рынка. Этапы разработки инновационного товара. Фирмы – виоленты. Фирмы – пациенты. Фирмы – эксплеренты. Фирмы – коммутанты. Организационнотерриториальные формы инновационного предпринимательства. Научно-технологический парк. Бизнес-Инкубаторы. Технополисы. Коммерческая эффективность инновационных проектов. Бюджетная эффективность инновационных проектов. Формы организации инновационного процесса.

### ***Тема 12. Инфраструктура и культура бизнеса***

Основные элементы инфраструктуры бизнеса. Виды рекламы. Создание оптового рынка. Коммерсант-посредник. Биржевые игроки. Кредитные организации. Инвестиционные фонды. Лизинг. Франчайзинг. Неэкономическая среда бизнеса. Основные элементы неэкономической среды бизнеса. Государственная политика по отношению к бизнесу. Географическая среда бизнеса. Культура деловых отношений. Критерии этического поведения в бизнесе. Этикет бизнесмена. Этапы и подходы этики бизнеса. Этапы проведения деловой беседы. Деловая переписка. Субординация деловых отношений. Деловой протокол. Уровни регулирования этики бизнеса.

## **Психолого-социальные аспекты продаж**

### **Тема 1. Ведение в психологию продаж**

Понятие и виды продаж. Общая характеристика процесса продажи. Коммуникативный аспект продаж

### **Тема 2. Этапы продаж**

Продажа как система. Пять этапов продажи.

Поиск клиентов. Установление контакта.

### **Тема 3. Психологические техники персональных и прямых продаж**

Методы «преодоления секретаря». Психологические аспекты клиенториентированной продажи. Схема AIDA. Приёмы привлечения внимания и создания первоначального интереса. Принципы эмпатического взаимодействия с клиентом.

### **Тема 4. Выявление потребностей клиента**

Потребности, мотивы, интересы клиентов. Методы выявления потребностей.

### **Тема 5. Работа с возражениями клиента**

Виды возражений. Классификация возражений. Методы «преодоления» возражений.

### **Тема 6. Методы завершения сделки**

Трудности, возникающие при завершении сделки. Альтернативные приемы завершения сделки.

### **Тема 7. Телефонные продажи**

Особенности продажи по телефону. Специфика вербальной и невербальной коммуникации в телефонных продажах.

#### **Тема 8. Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж**

Управление продажами. Управление покупательской активностью. Методы стимулирования торгового персонала. Материальная и нематериальная мотивация торгового персонала.

#### **Тема 9. Стрессоустойчивость как профессионально-важное качество специалиста сферы продаж**

Стресс и стрессоустойчивость: соотношение понятий. Факторы риска возникновения синдрома эмоционального выгорания у специалистов сферы продаж. Методы развития стрессоустойчивости. Методы профилактики эмоционального выгорания.

#### **Тема 10. Потребительское поведение**

Особенности психологии спроса. Факторы, влияющие на потребительский выбор. Гендерные различия в поведении потребителей.

### **Психология и этика делового общения**

#### ***Тема 1. Основные характеристики делового общения.***

Деловое общение и управление им. Общение как инструмент деловой этики  
Основные характеристики делового общения. Деловое общение и управление им. Общение как инструмент деловой этики Коммуникация и коммуникативный процесс. Общение как социально-психологическая категория: коммуникативный, интерактивный и перцептивный аспекты и механизмы. Сущность общения. Личность и общество. Цели, содержание и средства общения. Общение как восприятие, осознание, взаимодействие. Конформизм и неконформизм. Референтная группа. Идентификация, рефлексия, стереотипы. Понятие кризисной коммуникации: психологические проблемы, тупики и барьеры общения. Особенности и механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризиса: семиотичный, коммуникативный, когнитивный. Методы смысловой, перцептивной, эмоциональной и инструментальной оптимизации общения. Слухи и сплетни: приемы нейтрализации негативного влияния. Коммуникативная культура современного делового человека и ее характерные признаки.

#### ***Тема 2. Вербальные и невербальные коммуникации.***

Их роль в оптимизации общения лекционное занятие

Вербальные и невербальные коммуникации. Их роль в оптимизации общения Язык как главный инструмент деловых коммуникаций. Специфика языка делового общения. Язык, речь, сознание. Способы вербального воздействия (убеждения и внушение). Психологические аспекты убеждения. Логические аспекты убеждения. Внушение как явление и как технология. Законы организации информации. Системы получения и обработки информации, их языковое выражение. Основы деловой риторики. Ораторская речь: законы построения публичного выступления, принципы речевого воздействия и риторический инструментарий. Этика и приемы использования средств выразительности деловой речи. Культура речи делового человека. Публичное выступление как процесс. Подготовка публичного выступления. Техника публичного выступления. Этапы

выступления. Язык и стиль публичного выступления. Вопросы и их классификация. Аргументы (логические и психологические), требования к аргументации. Невербальные аргументы. Некорректные аргументы. Риторические приемы. Требования к выступлению. Приемы эффективного вербального общения. Техника активного слушания. Типы вопросов. Правила подготовки и проведения деловой беседы и собеседования. Дискуссия. Полемика. Спор. Приемы и правила корректного ведения спора. Рецепты цивилизованной дискуссии. Практика подготовки и проведения деловых совещаний. Регламент. Критика и ее этические аспекты. Тактические приемы, принципы и правила конструктивной критики. Методы рационального реагирования на критику, снижения ее болевого порога. Основы невербального общения: сущность, структура, функции. Понятие о невербальных средствах общения. Цели и задачи невербального общения. Кинесика. Просодика. Экстралингвистика. Такесика. Проксемика. Межнациональные различия невербального общения. Кинетические особенности невербального общения: язык жестов, мимики, поз. Визуальный контакт: его виды и особенности. Просодические, экстралингвистические и такесические средства общения. Методика прочтения экспрессивных состояний. Пространственные факторы общения. Проксемика о межличностных дистанциях и их границах. Приемы эффективного невербального общения.

### ***Тема 3. Структура делового общения лекционное занятие***

Виды, структура, формы и функции делового общения. Этапы делового общения. Стили и виды общения. Эффекты общения. Коммуникативные барьеры в общении. Стратегии и тактики общения. Средства общения. Деловой разговор и деловая беседа. Спор, дискуссия, полемика. Собеседование. Мозговой штурм. Круглый стол. Деловые командные игры. Деловой стиль общения. Национально-психологические типы делового общения.

### ***Тема 4. Личность в деловом общении.***

Психологическая структура личности и практика делового общения

Социальная роль психологической науки: проблемы освоения психологических подходов в управлении. Психология и труд. Экономическая, правовая, профессиональная психология. Модели политической психологии: федеральные и региональные аспекты. Психологические детерминанты поведения личности в деловом общении. Макро- и микросреда в деловом общении. Архетипы и совесть как регулятор поведения личности. Социальные стереотипы и приемы их преодоления. Личность. Психодинамические, социодинамические, интеракционистские теории личности и проблемы их использования в целях оптимизации деловых отношений. Структура психики личности (З.Фрейд, К.Юнг, К.Роджерс, Дж.Келли) и практика делового общения. Психологические типы: концепции в современной психологии. Национально-психологические типы. Соционические типы. Психологическая совместимость и ее механизмы. Новые подходы к определению психологической совместимости.

### ***Тема 5. Деловые переговоры лекционное занятие***

Современные подходы к организации эффективного переговорного процесса. Переговорный процесс как вид делового общения: характер, определение целей, организация. Этапы и структурно-логическая схема переговорного процесса. Специфика

задач, решаемых на предпереговорной, переговорной и постпереговорной стадии. Методы и навыки ведения деловых переговоров. Этические и культурные компоненты современных переговорных технологий. Правила, помогающие убедить партнера по переговорам. Специфические правила и приемы ведения переговоров в экстремальных условиях. Предпосылки конструктивного разрешения споров и конфликтов, преодоление переговорных тупиков. Принципы и приемы посредничества. Критерии эффективности переговорных и посреднических технологий. Способы оценки и приемы оптимизации достигнутых в процессе переговоров соглашений. Особенности проведения деловых переговоров с зарубежными партнерами. Национальные стили деловых переговоров. Установление контакта. Ориентация. Эмпатия, индентификация, рефлексия как механизмы познания партнеров по общению. Выход из контакта. Основные рекомендации по подготовке, ведению и завершению деловых переговоров. Стили делового общения в процессе переговоров. Возрастные, половые, индивидуально-психологические особенности партнеров и их учет в переговорном процессе. Типы деловых собеседников. Методы ведения переговоров. Уловки в спорах и их нейтрализация. Психологическое айкидо.

#### ***Тема 6. Ссоры, конфликты, стрессы в деловом общении***

Конфликт в деловом общении: диагностика и приемы управления. Природа конфликта. Источник и субъекты конфликта. Виды конфликтов. Причины и поводы конфликтов. Динамика конфликта. Конструктивные и деструктивные последствия конфликтов. Способы и пути предупреждения и разрешения конфликтов. Стрессы и стрессовые ситуации. Трудный руководитель: личностные и стилевые характеристики. Этика взаимоотношений с трудным руководителем. Стрессы. Сущность и виды стрессов. Факторы стрессового риска в служебных отношениях. Приемы выхода из стрессовых состояний и минимизация их последствий.

#### ***Тема 7. Руководитель-подчиненный.***

Этика профессионального поведения руководителя лекционное занятие

Искусство делового общения руководителя с подчиненными: выбор оптимальных решений. Этические нормы поведения руководителя и правила субординации. Межличностное деловое пространство руководителя: позитивные и негативные приемы общения с подчиненными.

#### ***Тема 8. Этика делового общения и этикет в деловом общении лекционное занятие***

Этика делового общения: универсальные этические и психологические нормы, принципы и закономерности. Этические нормы общения Этические проблемы и вечные моральные дилеммы деловой сферы. Корпоративная мораль и правила этики делового общения. Проблемы освоения системы современных норм и принципов делового общения в России. Деловые приемы как важная форма поддержания и развития деловых отношений. Виды деловых приемов и их организация, принципы и правила составления меню и подбора напитков. Правила поведения за столом. Искусство комплиментов. Строуксы. Правила вручения подарков. Особенности делового общения с иностранными партнерами. Современные нормы деловой переписки и телефонного разговора. Этикетные

нормы и правила деловой переписки. Типы деловых писем и их оформление. Информация, передаваемая только в письменном виде. Отдельные случаи передачи сообщений только от руки. Составление письма-отказа, служебной записки, искового заявления, жалобы. Переписка с зарубежными партнерами. Этические нормы телефонного разговора: современные правила корректного делового общения по телефону. Понятие имиджа. Телесный имидж и внешний вид. Модели поведения. Тактика общения. Стереотипы, диагностика и общие приемы влияния. Симпатия и антипатия, их причины и проявления. Методы улучшения своей представленности. Этикет деятельности делового человека. История его возникновения и развития. Манеры поведения. Светский этикет. Манеры ведения разговора. Культура поведения в процессе деловых переговоров и на приемах. Эпистолярный этикет.

### ***Тема 9. Документационное обеспечение делового общения лекционное занятие управленческой деятельности.***

Перечень и характеристика типовых управленческих документов. Общие правила оформления документов. Документирование делового общения в сфере экономической деятельности. Документация отдела кадров организации. Современные требования к написанию резюме: виды, структура, стиль. Деловое общение и проблемы компьютеризации делопроизводства в офисе организации

## **Менеджмент**

### ***Тема 1. Методологические основы менеджмента***

Сущность и роль менеджмента в современных условиях. Общая теория управления. Аспекты, структура и базовые модели теории менеджмента. Управляющая и управляемые подсистемы. Субъект и объект управления. Менеджмент и управление. Менеджмент как наука и практика управления. Научная школа управления: Ф.У. Тейлор, Ф. Гилбрет, Л. Гилбрет, Г.Гантт, Г. Эмерсон, Г. Форд. Административная школа: функции менеджмента и 14 принципов А. Файоля., Теория бюрократии и рациональности М. Вебера. Школа человеческих отношений: Э. Мейо и Хотторнские исследования, М. П. Фоллетт, Школа поведенческих наук. Теории мотивации А. Маслоу, Герцберга, Макгрегора. Количественный подход в менеджменте.

### ***Тема 2. Сущность и классификация функций менеджмента***

Общая характеристика основных функций менеджмента. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента. Планирование - как функция менеджмента. Принципы виды, этапы и техника планирования. Организация - как функция менеджмента. Мотивация - как функция менеджмента содержательные и процессуальные теории мотивации. Контроль - как функция менеджмента. Виды, этапы контроля.

### ***Тема 3. Процесс принятия и реализации управленческих решений***

Проблемы и решения. Рациональность решения. Поведенческие модели принятия решений. Рациональная организация процесса принятия решения. Подходы к участию в принятии решений. Факторы, оказывающие влияние на принятие решений. Основные требования, предъявляемые к решению. Методы и методики, используемые в процессе принятия решений. Схема процесса принятия управленческих решений. Модели принятия

решений в условиях неопределенности. Количественный подход: роль информационных технологий применения экономикоматематических методов, на развитие в менеджменте. Процессный подход: управленческие процессы (управленческие циклы), принятие решений как процесс, реинжиниринг бизнес-процессов. Системный подход: ситуационный подход к менеджменту как средство интеграции всех исторически сложившихся подходов и концепций. Оценка эффективности принятых решений.

#### ***Тема 4. Информационно-коммуникационное обеспечение менеджмента***

Понятие информации. Понятие коммуникации. Коммуникации в менеджменте. Общая схема передачи информации. Видов коммуникаций. Вербальная и невербальная коммуникации. Процесс коммуникации. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили. Восемь основных категорий коммуникационного процесса. Эффективные коммуникации. Пять основных барьеров на пути межличностных коммуникаций. Десять правил эффективного слушания. Способов повышения эффективности межличностных коммуникаций. Барьеры на пути организационных коммуникаций. Пути повышения эффективности организационных коммуникаций.

***Тема 5. Власть, влияние, лидерство.*** Понятие и содержание власти. Источники власти. Полномочия и власть. Авторитет. Доверие. Лидерство. Отношения управления менеджера и лидера. Содержание и цикличность типов отношений управления. Отношения управления в хозяйственных системах. Теории лидерства. Одномерные теории лидерства. Личные качества лидера. Стилль руководства. Теория великих людей Р. Стогдилла. Поведенческие теории лидерства: теория Р. Лайкерта, управленческая решетка Блейка-Мутона. Ситуационные теории лидерства: теория Фидлера, Теория жизненного цикла Херши-Бланшара, Теория «Путь-цель». Теория группового лидерства Дж. Адаира. Транзакционный и трансформационный подходы к лидерству.

***Тема 6. Методы менеджмента.*** Общая характеристика методов менеджмента. Методы прямого и косвенного воздействия. Экономические (экономико-статические) методы; административные (организационно-распорядительные) методы; социально-психологические методы.

#### ***Тема 7. Организация как система, организационные структуры.***

Понятие организации. Системный подход к формированию и исследованию структуры и функций организации. Общие характеристики организаций. Организация как открытая система (тектология Богданова А.И. теория открытых систем А. Берталанфи, теория жизнеспособных систем С.Бира). Ресурсы организации. Зависимость организации от внешней среды. Внутренняя среда организации. Значимость изучения внешней среды при управлении организацией. Характеристика и элементы внешней среды. Формальные и неформальные организации. Строение организации: организационно-управленческие структуры (линейная, функциональная, линейно-функциональная, штабная, дивизиональная, матричная, проектная, сетевая, виртуальная). Нормы управляемости организацией. Виды организационных структур, их достоинства и недостатки; принципы

#### ***Тема 8. Управления конфликтами, стрессами и изменениями***

Основы концепций конфликта и управление конфликтной ситуацией Природа и последствия конфликта. Причины конфликтов в организации. Причины организационного характера. Причины личностного характера. Типы конфликтов. Процесс и фазы развития конфликта. Методы управления конфликтной ситуацией. Структурные методы



разрешения конфликта. Межличностные методы разрешения конфликта. Переговоры. Методы ведения переговоров. Когнитивная техника переговоров. сущность управления стрессами и изменениями организации.

### ***Тема 9. Эффективность менеджмента***

Основные понятия эффективности управления. Эффективность функций менеджмента. Эффективность взаимодействия с деловым и фоновым окружением. Показатели эффективного управления. Подходы к расчету показателей эффективности управления. Оценка эффективности управления. Различные методики оценки эффективности управления. Социальная и экономическая эффективность менеджмента. Диаграмма оценки эффективности управления (причин и результатов). Экономико-статистические и математические методы формализации оценки эффективности управления. Определение годового экономического эффекта от внедрения мероприятий по научной организации управленческого труда. Метод оценки общей экономии от внедрения мероприятий по научной организации управленческого труда. Определение срока окупаемости издержек управленческого характера.

## **Рекламное дело**

### ***Тема 1. Предмет, метод и задачи рекламы***

Понятие, сущность и задачи рекламы. Предмет и методологические основы курса. Межпредметные связи курса.

### ***Тема 2. История возникновения и развития***

Реклама в государствах древнего мира. Развитие рекламы в Западной Европе и США. Реклама в России. практическое занятие (2 часа(ов)): 1. Приведите сравнительную характеристику различных видов рекламы. Объясните преимущества и недостатки каждого из них. 2. Какие типы рекламы Вам известны в России и за рубежом? 3. Приведите примеры рекламных кампаний разных типов. 4. Приведите сравнительную характеристику различных видов рекламы. Объясните преимущества и недостатки каждого из них. 5. Охарактеризуйте участников рекламного процесса.

### ***Тема 3. Социально-психологические основы рекламы.***

Реклама как метод управления людьми. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателя.

### ***Тема 4. ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.***

Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Коммерческая пропаганда. Стимулирование сбыта. Личная продажа.

### ***Тема 5. Правовое регулирование рекламной деятельности.***

Федеральный закон «О рекламе». Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность за ненадежную рекламу. Кодекс рекламной практики.

### ***Тема 6. Классификация рекламных средств.***

Основные признаки классификации рекламных средств. Основные элементы средств рекламы и требования предъявляемые к ним. Выбор рекламных средств.

### ***Тема 7. Рекламные средства и их применение***

Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Мероприятия публич рилейшнз. Компьютеризированная реклама. Витрины как средство рекламы. Товарные знаки.

### ***Тема 8. Организация, управление и планирование рекламной деятельности.***

Рекламная деятельность оптовых предприятий. Рекламная деятельность промышленных предприятий. Сотрудничество в рекламной деятельности промышленных и розничных предприятий. Рекламные агентства и их функции. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. Планирование рекламной работы на предприятии. Организация и планирование рекламных кампаний. Организация PR на предприятии.

### ***Тема 9. Основы разработки рекламных объявлений и текстов.***

Основные принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений. Выбор средств распространения рекламы. Творческая стратегия.

### ***Тема 10. Эффективность рекламной деятельности.***

Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Психологическая эффективность применения средств рекламы. Исследование и оценка рекламы.

## **Организация связей с общественностью**

***Тема 1. Научно-теоретические, исторические предпосылки и условия формирования и развития PR.*** Социальное содержание и концептуальная разработка PR. Происхождение и смысл понятия PR. Специфика содержания и функций PR. Историко-культурная, социально-практическая и личностная необходимость в PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития PR как профессии и отрасли бизнеса; роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике; основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по PR, профессиональные требования к специалисту, стандарты, сертификация и лицензирование. PR как функция социального управления. Место и функции PR в системе управленческих дисциплин (теория управления, теория организаций, менеджмент, маркетинг, реклама и др.). PR как комплексная дисциплина (антропология, психология, социология, теория массовой коммуникации, журналистика, информатика, логика, риторика и т.д.).

### ***Тема 2. Основные этические, юридические нормы и кодексы профессионального поведения в PR.***

Моральная оценка деятельности организаций и специалистов по PR: конфликт между целью и этикой средств ее достижения. Этические и жизненные ценности и их роль в PR. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Наличие свободы выбора в деятельности специалиста по PR. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Международная практика правового регулирования деятельности PR-специалистов.

### ***Тема 3. Массовые коммуникации: история, теория, практика, социальные и психологические аспекты.***

Исторические ступени возникновения коммуникации в обществе: особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Представление о коммуникации как о процессе и структуре; коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Массовая информация и ее роль в современном мире. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение; информационные агентства, агентства в сфере общественных связей, корреспондентская сеть, Интернет, редакционные базы данных.

### ***Тема 4. Имидж как специфическая PR-проблема.***

Социокультурные предпосылки, особенности механизмы формирования и развития имиджа. Сферы применения имиджа и особенности его воплощения. Субъект и объект имиджа. Массовое сознание как исходная площадка формирования и развития имиджа. Роль стереотипов в деле рождения и функционирования имиджа: положительные и отрицательные стереотипы. Основные формы имиджа: индивидуальный имидж (естественные, телесные свойства человека, внешность, специально наработанные, развитые способности, качества, система внешних атрибутов, аксессуаров, знаков-символов, характеристики человека, реализующие запросы конкретного времени, культуры, ментальности), имидж государственной власти, политика, бизнесмена. Инструментарий имиджологии: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат, вербализация, детализация, архаизация, дистанцирование, визуализация, метафоризация, жестикуляция.

### ***Тема 5. Общественное мнение и PR.***

#### ***Взаимоотношения со СМИ.***

Общественное мнение: функции и уровни его исследования: опрос, анкетирование, табулирование, интерпретация. Общественное мнение как фактор социального управления и как объект манипулирования. Прикладные исследования общественного мнения (кабинетные, узконаправленные и непрерывные исследования). Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория, журналисты как ключевая аудитория; определение понятий лидеры мнений и группы интересов, экономическое, финансовое сообщество, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью; медиа-планирование; медиа-карта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании. Медиа-обсчет, его основные параметры. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации.

### ***Тема 6. Организация и технология проведения PR-кампаний. лекционное занятие***

Понятие информационного поля. Сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории. Базы данных, их источники и способы формирования. Особенности проведения информационных кампаний в регионах. Стратегия кампании, ее представление заказчику. Творческий аспект стратегии. Разработка содержательной и эстетической части текста. Ожидаемый резонанс, способы прогнозирования вариантов поведения целевых групп. Тактика координации информационных процессов. Коммуникативные приемы и современные информационные технологии. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании. PR для политика. Политическое лидерство, харизма, популизм. Избирательные кампании: общие принципы организации, элементы, специальные программы. Черные и белые технологии. Цивилизованное лоббирование и коррупция. Имидж политического лидера. Роль служб PR в создании благоприятного имиджа политика

### ***Тема 7. PR и управление кризисными ситуациями.***

Природа социального конфликта. Типология кризисов и конфликтов. Жизненные циклы кризиса. Источники и причины его возникновения. Позитивные и деструктивные функции. Структурные элементы конфликта. Процесс и динамика конфликта. Человеческий фактор в конфликте. Эмоциональные, психологические, социальные аспекты конфликта. Типы конфликтных личностей. Типичное поведение в конфликтной ситуации. Характеристика основных стилей: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество. Управление и коммуникация в кризисных ситуациях (комплексные действия и локальные методы). Коммуникации как источник конфликта. Коммуникации как процесс с обратной связью. Механизм искажения информации. Основные функции коммуникаций.

### ***Тема 8. Менеджмент в сфере PR. Связи с общественностью в маркетинге: в коммерческих некоммерческих организациях***

Функции PR в системе менеджмента. PR в структуре различных организаций. Происхождение и степень централизации PR внутри организаций. Необходимость создания на средних и крупных компаниях специальных PR-отделов. Их основные функции. Преимущества и недостатки использования внутреннего и внешнего консультирования. Деятельность службы PR по преодолению кризисных обстоятельств. Формирование и реализация бюджета PR отдела. Организация контроля. Новые задачи, решаемые сотрудниками PR отделов в условиях современной России. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма специалиста. Планирование и программирование работы подразделения, ее место в разработке общекорпоративной стратегии. Создание и редактирование информационных релизов и печатной продукции. Спичрайтинг. Аналитический сегмент. Мониторинг состояний информационной среды. Комментирование и интерпретация корпоративной политики. Производственный сегмент и его задачи.

### **3. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ/ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

#### **Тема 1. Этапы продаж.**

Составление программы тренинга: «Активные продажи». Анализ результатов эффективности тренинга. Организация посттренинговой поддержки

#### **Тема 2. Телефонные продажи.**

Составление программы тренинга: «Активные продажи по телефону». Анализ результатов эффективности тренинга. Организация посттренинговой поддержки.

#### **Тема 3. Потребительское поведение.**

Составление анкеты, направленной на выявление степени удовлетворённости потребителей и оптимизации потребительского спроса. Анализ полученных данных и их графическое оформление.

#### **Тема 4. Стрессоустойчивость как профессионально- важное качество специалиста сферы продаж.**

Составление программы тренинга, направленного на развитие стрессоустойчивости специалистов сферы продаж. Анализ результатов эффективности тренинга. Организация посттренинговой поддержки.

#### **Тема 5. Уяснение специфики рекламы.**

Письменная проверочная работа по пройденному материалу. Понятие, сущность и задачи рекламы. Предмет и методологические основы курса.

#### **Тема 6. Анализ рекламного агентства**

На примере рекламного агентства по Вашему выбору, объясните:

1. как оно выстраивает свои взаимоотношения с клиентами и какие функции реализует?
- 2.Расскажите о специфических особенностях развития рекламного рынка в России.
- 3.Как Вы оцениваете тенденции развития рекламы в России?
- 4.Какие проблемы существуют в российском рекламном бизнесе в настоящее время?
- 5.Каковы тенденции местного рекламного рынка?
- 6.Какие проблемы характерны для местного рекламного рынка? Расскажите о путях их решения.

#### **Тема 7. Исследования в рекламе**

Охарактеризуйте основные методы исследований в рекламе. Приведите примеры их использования..Какие этапы процесса исследований Вам известны? Выберите любое направление рекламных исследований и объясните, в какой последовательности будут проведены исследования? Какие требования предъявляются к исследованиям в рекламе и почему? Приведите примеры ситуаций, когда эти требования нарушались. К каким последствиям приводило нарушение этих требований? В чем роль исследований при планировании рекламы? Приведите примеры рекламных исследований приморских компаний. Какие преимущества дает планирование рекламы рекламодателям? В целях обоснования ответа приведите примеры из практики российских или приморских компаний.

#### **Тема 8. Взаимоотношения субъектов рекламы**

Изучить тему и подготовить письменный ответ на вопросы: 1.Юридическое оформление взаимоотношений между рекламным агентством, рекламодателем и средством распространения рекламы. 2.Система взаиморасчетов рекламных агентств с заказчиками и конкурентами.

### **Тема 9. Классификаций рекламных кампаний**

1.Приведите примеры классификаций рекламных кампаний. 2.Какие принципы необходимо соблюдать при проведении рекламных кампаний? 3.Дайте характеристику этапов планирования рекламной кампании. 4.Какие факторы необходимо принимать во внимание при планировании рекламной кампании? 5.Приведите примеры удачных рекламных кампаний в мире, в России, в Приморском крае.

### **Тема 10. Рекламные объявления и тексты**

Изучить тему основы разработки рекламных объявлений и текстов и подготовить ответ на вопросы: Основные принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений. Выбор средств распространения рекламы. Творческая стратегия

### **Тема 11. Эффективность рекламной деятельности**

1.Проведение исследований при оценке эффективности рекламы. 2.Проведение измерений при оценке эффективности рекламы. 3.Методы оценки экономической эффективности рекламы. 4.Методы оценки коммуникативной эффективности рекламы.

### **Тема 12. СМИ**

1. СМИ как основной канал выхода на аудиторию. 2. Рабочие (специальные) мероприятия и акции. 3. PR-документы как канал выхода на общественность. 4. Невербальные каналы выхода на общественность.

### **Тема 13. Правовые основы информационной деятельности**

1. Нормы международного права о связях с общественностью. 2. Требования кодексов профессионального поведения к специалистам по связям с общественностью. 3. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью. 4. Правовые основы информационной деятельности в связях с общественностью. 5. Российское законодательство о PR-деятельности.

### **Тема 14. Коммуникации во взаимоотношениях**

1. Новостной повод как основной вид рабочего материала в связях с общественностью. 2. Презентация как основной вид рабочего материала в связях с общественностью. 3. Выставки и благотворительность как основной вид рабочих материалов в связях с общественностью. 4. Характеристика имиджевых и корпоративных документов в связях с общественностью. 5. Виды коммуникаций во взаимоотношениях с персоналом организации.

## ЛИТЕРАТУРА, ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММЫ

1. Бобылева М.П. Рекламный менеджмент: основы профессиональной деятельности [Текст] /М.П. Бобылева. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2004
2. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR [Текст]: уч. пособие / Б.Л. Борисов. - СПб., 2001. – 624 с.
3. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе [Текст] /С.В. Веселов. – М.: Международный институт рекламы, 2002. – В 3 т.
4. Головлева Е.Л. Торговая марка. Теория и практика управления [Текст] /Е.Л. Головлева. – М.: «Аспект-Пресс», 2005. – 160.
5. Гольман И.А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация [Текст]/И.А. Гольман. –М.: Гелла-Принт, 2002. – 389 с.
6. Голядкин Н.А. Творческая телереклама [Текст] /Н.А. Голядкин. – М.: Аспект Пресс, 2005. -171 с.
7. Гусаров Ю. Менеджмент рекламы [Текст] /Ю.Гусаров. – М.: Экономика, 2009. – 527 с.
8. Кочеткова А. В. Теория и практика связей с общественностью: Учебник для вузов [Текст] /А.В. Кочеткова, Я.Л. Скворцов, А.С. Тарасов. – М.: Академия, 2010. – 240 с.
9. Кузнецова М.В. Связи с общественностью. Паблик рилейшнз: Учебное пособие [Текст] /М.В. Кузнецова. - Издательство МГОУ, 2007. – 88 с.
10. Лашкова Е.Г. Маркетинг: практика проведения исследований: учеб. пособие для вузов [Текст]/Е.Г. Лашкова, А.И. Куценко. – М.: Академия, 2008. –240 с.
11. Марков А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Рекламные технологии. Связи с общественностью [Текст] / А.П. Марков. – М.: Феникс, 2006. - 543 с.
12. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация [Текст] /Е.В. Медведева. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 280 с.
13. Менеджмент [Текст] : учебник / под общ. ред. И. Н. Шапкина. - М. : Юрайт, 2011. - 690 с.
14. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы [Текст] : Учебное пособие / В.Л. Музыкант. – М.: «Экономистъ», 2006. – 608 с.
15. Перси Л. Стратегическое планирование рекламных кампаний [Текст]/Л.Перси, Р.Элиот. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 416 с.
16. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации [Текст] /А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 43

