МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И
МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КОЛЛЕДЖ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ
Ордена Трудового Красного Знамени федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Московский технический университет связи и информатики» (КТ МТУСИ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08 МЕНЕДЖМЕНТ

по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация выпускника: специалист по рекламе

Образовательная программа на базе основного общего образования

Форма обучения: очная

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A4B0DC4CEE5F01D0C0B6A4C0D0B0E0
Владелец: ОРДЕНА ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "МОСКОВСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ СВЯЗИ И ИНФОРМАТИКИ"
Действителен с 17.02.2026 до 13.05.2027

2025г.

ОДОБРЕНО:
Предметной (цикловой) комиссией гуманитарных и социальных дисциплин

Протокол № 8
от 26 марта 2025г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии
_____/Никитина Д.В./

Разработано на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 74908) в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Рассмотрено и одобрено на заседании методического совета
«08» апреля 2025г. Протокол № 6

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора по учебной работе
_____/Соломонова А.В.

Организация-разработчик:
КТ МТУСИ, г. Москва

Преподаватель Никитина Д.В.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА 4
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы 4
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины 8
2.2. Содержание дисциплины 9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ 12
3.1. Материально-техническое обеспечение 12
3.2. Учебно-методическое обеспечение 12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08 МЕНЕДЖМЕНТ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «ОП.08 Менеджмент»: сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного управления организациями (или их структурными подразделениями) в условиях рыночной экономики.

Дисциплина «Менеджмент» включена в обязательную часть общепрофессионального цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	
ОК 02	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;	

	информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	

ПК 1.1	производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории; использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; аудиторию различных средств рекламы; формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
ПК 2.1	определять ключевые цели рекламной кампании; формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач; определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); определять эффективность	методики рекламного планирования; инструменты рекламного планирования; систему маркетинговых коммуникаций; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; принципы выбора каналов коммуникации; аудиторию различных средств рекламы; отраслевую терминологию; формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;	планирования системы маркетинговых коммуникаций

	хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; учитывать мнение заказчика при планировании РК; использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	принципы стратегического и оперативного планирования РК; виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; принципы функционирования современных социальных медиа; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.	

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	**48**
в т. ч.:	
теоретическое обучение	**24**
практические занятия	**24**
в т.ч. в форме практической подготовки	24
Самостоятельная работа	-
консультация	-
Промежуточная аттестация (другие формы контроля)	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем акад. часов	Коды компетенций
Раздел 1 Теория менеджмента			
Тема 1.1. Общая теория управления, закономерности управления различными системами	**Содержание**	**6**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 1.1 ПК 2.1
	Теория управления. Объект и предмет изучения теории управления. Ключевые понятия теории управления: система управления, процесс управления, механизм управления.	2	
	Управление и менеджмент. Менеджер и предприниматель. Организация как объект управления. Закономерности управления различными системами (организациями). Этапы и школы в развитии менеджмента	2	
	Практическое занятие № 1. Составление сравнительной таблицы «Школы менеджмента»	**2**	
Тема 1.2. Цикл менеджмента	**Содержание**	**8**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 1.1 ПК 2.1
	Планирование, его цели, задачи. Виды планов предприятия. Организационные структуры предприятия: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная, проектная.	2	
	Контроль, его сущность, виды и задачи. Порядок, осуществления контроля различных видов. Способы и методы координации деятельности предприятия. Мотивация персонала, ее способы и виды. Процессуальные и содержательные теории мотивации	2	
	Практическое занятие № 2. Правила и принципы построения организационных структур.	**2**	
	Практическое занятие № 3. Определение потребности мотивации. Разбор конкретных ситуаций.	**2**	
Тема 1.3. Внешняя и внутренняя среда организации. Жизненный цикл бизнес-единицы	**Содержание**	**6**	
	Внешняя и внутренняя среда организации, ее влияние на участника, рыночных отношений. Характеристики внешней и внутренней среды. Элементы внутренней и внешней среды организации.ПЭСТ анализ. S.W.O.T анализ.	2	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 1.1 ПК 2.1
	Жизненный цикл бизнес-единицы. Стадии и этапы жизненного цикла. Инновации как необходимое условие долгосрочного существования бизнес-единицы. Виды и классификация инноваций.	2	
	Практическое занятие № 4. Влияние внешней среды на жизненный цикл бизнес-	**2**	

	единицы.		
Раздел 2. Технология менеджмента			
Тема 2.1. Стратегический менеджмент	**Содержание**	**6**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 1.1 ПК 2.1
	Стратегическое планирование.Видение, миссия организации. Общие и частные цели предприятия.Дерево целей. Виды стратегий: бизнес, конкурентная, финансовая, операционная.	2	
	Практическое занятие № 5. Разработка миссии и стратегии	**2**	
	Практическое занятие № 5. Разработка миссии и стратегии	**2**	
Тема 2.2. Управленческие решения и деловая коммуникация	**Содержание**	**8**	
	Основные теории принятия управленческих решений. Виды управленческих решений. Этапы и методы принятия управленческих решений.	2	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 1.1 ПК 2.1
	Понятие и этапы процесса коммуникации. Формы деловой коммуникации. Функции и алгоритм деловой коммуникации разных форм. Оформление итогов деловой коммуникации.	2	
	Практическое занятие № 6. Деловая игра «Принятие управленческого решения».	**2**	
	Практическое занятие № 6. Деловая игра «Принятие управленческого решения».	**2**	
Тема 2.3. Методы и стили управления	**Содержание**	**6**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 1.1 ПК 2.1
	Лидерство, влияние, власть. Виды власти. Методы управления: административный, экономический,социально-психологический. Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный. Теория «Х». Теория «У». Управленческая решетка Блейка-Моутона. Ситуативное использование стиля управления.	2	
	Практическое занятие № 7. Определение оптимального стиляуправления в конкретной ситуации.	**2**	
	Практическое занятие № 7. Определение оптимального стиляуправления в конкретной ситуации.	**2**	
Тема 2.4. Психология менеджмента	**Содержание**	**8**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 1.1 ПК 2.1
	Конфликт, его сущность причины и последствия. Этапы развития конфликта. Методы управления конфликтами.	2	
	Стресс, его причины и последствия. Методы и подходы управления стрессом. Управление социально-психологическим климатом вколлективе.	2	
	Практическое занятие № 8. Деловая игра «Управление конфликтом»	**2**	

	Практическое занятие № 8. Деловая игра «Управление конфликтом»	**2**	
	Всего: Лекции Практические	**48** 24 24	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Общепрофессиональных дисциплин и МДК».

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд КТ МТУСИ имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Шамис, В.А. Основы менеджмента: практикум для СПО / В.А. Шамис, Г.Г. Левкин. – Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. – 86 с. – ISBN 978-5-4488-1572-0, 978-5-4497-1832-7. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. – URL: https://profspo.ru/books/124752.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоенности компетенций	Методы оценки
Знает: способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; аудиторию различных средств рекламы; формы и методы работы с аудиторией, мотивацию труда; технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования; методики рекламного планирования; инструменты рекламного планирования; систему маркетинговых коммуникаций; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; принципы выбора каналов коммуникации; аудиторию различных средств рекламы; отраслевую терминологию; формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; принципы стратегического и оперативного планирования РК; виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; принципы функционирования современных социальных медиа; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;	Демонстрирует знания: нормативные правовые документы, регулирующие организацию безналичных расчетов; локальные нормативные акты и методические документы в области платежных услуг; формы расчетов и технологии совершения расчетных операций; содержание и порядок заполнения расчетных документов содержание и порядок формирования юридических дел клиентов порядок открытия и закрытия лицевых счетов клиентов в валюте Российской Федерации и иностранной валюте методы сбора, обработки и анализа информации по платежным услугам с применением современных средств связи, аппаратно-технических средств и компьютерных технологий нормативные правовые документы, регулирующие совершение операций с использованием платежных карт; виды платежных карт и операции, проводимые с их использованием; условия и порядок выдачи платежных карт нормативные правовые акты, регулирующие осуществление кредитных операций и обеспечение кредитных обязательств; законодательство Российской Федерации о противодействии	Экспертное наблюдение выполнения практических работ

важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей; актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; содержание актуальной нормативно-правовой документации; современную научную и профессиональную терминологию; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-	легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма; законодательство Российской Федерации о персональных данных	

планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.		
Умеет: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории; использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании; определять ключевые цели рекламной кампании; формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач; определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию	Демонстрация умений в составлении стратегического плана организации и его реализации. Демонстрация умений в поиске информации и ее использовании при составлении SWOT- анализа и PEST-анализа. Демонстрация умений в поиске информации и принятии управленческих решений. Демонстрация умений в проектировании организационной структуры предприятия. Демонстрация умений по использованию методов мотивации и управления персоналом. Демонстрация умений по управлению конфликтами и стрессами	

для достижения максимальной эффективности; учитывать мнение заказчика при планировании РК; использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций; распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;		

определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования консультировать заемщиков по условиям предоставления и порядку погашения кредитов		