

**Частное учреждение дополнительного профессионального образования
«Институт социально-экономического образования»**

«Утверждаю»
Директор ЧУДПО «ИСЭО»

_____ И.В.Брызгалов
«15» сентября 2020 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
дополнительного профессионального образования
(повышение квалификации, 75 часов)
«Связи с общественностью и массовые коммуникации»**

Екатеринбург

Цель реализации образовательной программы

Целью данной программы является совершенствование и (или) получение новых компетенций необходимых для реализации комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающих создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью с использованием современных форм, методов и технологий.

Планируемый результат обучения

Результатом обучения является приобретение (совершенствование) обучающимся следующих профессиональных компетенций:

- Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг);
- Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими
- Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг);
- Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки;
- Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации;
- Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов);
- Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда;
- Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации;
- Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов).

Реализация дополнительной профессиональной программы осуществляется в течении всего календарного года (за исключением праздничных и выходных дней) в соответствии с индивидуальным учебным планом обучения.

Дополнительная профессиональная программа учитывает требования Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 030602 - Связи с общественностью, профессионального стандарта «Маркетолог» (приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 04.06.2018 г, №366н).

Содержание образовательной программы

**Учебный план
дополнительной профессиональной программы
(повышение квалификации, 75 часов)
«Связи с общественностью и массовые коммуникации»**

№	Наименование тем	Всего, час.	В том числе самостоятельная работа	Форма контроля
1	Современная пресс служба	8	8	экзамен
2	Теория организации	4	4	экзамен
3	Коммуникационный менеджмент	4	4	экзамен
4	Реклама в коммуникационном процессе	4	4	экзамен
5	Организация и проведение компании в сфере связи с общественностью	4	4	экзамен
6	Психология делового общения	5	5	экзамен
7	Экономическая культура	7	7	экзамен
8	Стратегический менеджмент	7	7	экзамен
9	Производственный менеджмент	6	6	экзамен
10	Основы менеджмента	6	6	экзамен
11	Инновационный менеджмент	6	6	экзамен
12	Физиология труда	4	4	экзамен
13	Психофизиологический профессиональный отбор	4	4	экзамен
14	Психология труда	4	4	экзамен
	Итоговая аттестационная	2	2	междисциплинарный экзамен
	ИТОГО	75	75	

**Учебно-тематический план
дополнительной профессиональной программы
(повышения квалификации, 75 часов)
«Связи с общественностью и массовые коммуникации»**

Порядковый номер	Наименование темы	Содержание дисциплины (темы)
1	Современная пресс служба	История пресс-служб. Менеджмент новостей. Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб.
2	Теория организации	Организационные системы. Организация и управление. основополагающие законы организации. Законы второго уровня. Принципы организации.
3	Коммуникационный менеджмент	Модели и этапы коммуникации. Управление коммуникацией как функция организации. Управление внутренней коммуникацией организации. Управление внешней коммуникацией. Эффективность коммуникации
4	Реклама в коммуникационном процессе	Реклама как важнейший инструмент маркетинговых коммуникаций. Планирование и проведение рекламной кампании. Развитие рекламы. Роль рекламы в обществе. Рекламные агентства и профессии в сфере рекламы.
5	Организация и проведение компании в сфере связи с общественностью	Теоретические и методологические основы организации PR- компаний. Аналитический этап кампании по связям с общественностью. Этап планирования PR -кампании. Практическая реализация PR-кампании. Заключительный этап PR-кампании.
6	Психология делового общения	Деловое общение как социально-психологическая проблема. Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения). Виды делового общения. Деловая дискуссия, полемика, спор и их психологическая совместимость.
7	Экономическая культура	Сущность экономической культуры руководителя. Культура планирования труда работников физической культуры и спорта. Культура нормирования труда работников физической культуры и спорта. Культура оплаты труда работников физической культуры и спорта. Культура финансирования. Культура предпринимательства. Культура маркетинга. Культура отбора кадров. Экономическая культура хозяйствования.

		Культура анализа эффективности использования труда работников физической культуры и спорта.
8	Стратегический менеджмент	Введение в стратегический менеджмент. Предмет и задачи стратегического менеджмента. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности. Проблемы и перспективы использования стратегического управления в отечественных условиях. стратегические проблемы развития производства и структура промышленности. Стратегическое управление организацией: сущность и основные составляющие. Общая характеристика стратегического управления. Анализ отрасли и конкурентной ситуации.
9	Производственный менеджмент	Менеджмент как теория и практика управления производством в условиях рыночной экономики. Производство как объект управления. Стратегическое и оперативное планирование в системе производственного менеджмента. Основы организации производства. Основы инновационной деятельности предприятия. Управление качеством продукции и конкурентоспособностью предприятия.
10	Основы менеджмента	Введение в предмет. Управление как особый вид деятельности. Научные школы менеджмента. Организация как основа менеджмента. Связующие процессы менеджмента. Функции менеджмента. Организационное взаимодействие в менеджменте. Человек в системе менеджмента. Эффективность и качество управления.
11	Инновационный менеджмент	Сущность и система инновационного менеджмента. Организация инновационной деятельности. Управление инновационными проектами. Экспертиза и оценка эффективности инновационного проекта.
12	Физиология труда	Основы врачебно-педагогического контроля в оздоровительной работе. Врачебно-педагогический контроль за физическим воспитанием детей и подростков. Врачебно-педагогический контроль в оздоровительной работе с лицами среднего и старшего возраста. Дискуссионные вопросы врачебно-

		педагогического контроля в оздоровительной работе.
13	Психофизиологический профессиональный отбор	Теоретические и методические основы профессионального психофизиологического отбора. Психофизиологические основы прогнозирования профессиональной пригодности в системах управления. Система разработки критериев профессионального психофизиологического отбора. Организация и проведение профессионального отбора.
14	Психология труда	Проблема предмета и метода психологии труда. Проблемы профессиографирования и профотбора. Психологические особенности труда в организации Стрессы и конфликты в профессиональной деятельности. Ценностно-смысловые основы трудовой деятельности

Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы

Учебно-методическое обеспечение образовательной программы

Учебно-методический комплекс (УМК) образовательной программы, включающий в себя учебное пособие, методические рекомендации, контрольные вопросы и т.д. предоставляется каждому слушателю дополнительной профессиональной программы в личном кабинете на образовательном портале ЧУДПО «ИСЭО», кроме того, интернет ресурсы в разделе «Электронная библиотека» на сайте www.ise-obr.ru:

- [Российская государственная библиотека](#);
 - [Электронный каталог библиотек МГУ](#);
 - [Центральная городская библиотека им. А. И. Герцена](#);
 - [Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма \(ГЦОЛИФК\)](#);
 - [Уральский Государственный Университет Физической Культуры](#);
 - [Сибирский государственный университет физической культуры и спорта](#);
 - [Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург](#);
 - [Консультант Плюс: Электронная онлайн-библиотека студента](#);
 - [Некоммерческая интернет-версия Консультант Плюс](#);
 - [Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU](#);
 - [Публичная Электронная Библиотека](#);
 - [Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"](#);
- [Электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга](#)

Материально-технические условия реализации образовательной программы

В распоряжении ЧУ ДПО «ИСЭО» и обучающихся находится кабинет, оборудованный современной электронной техникой (компьютеры, планшеты, принтеры и т.д.) с доступом к глобальной сети Интернет. Рабочие места преподавателей по всем предметам, в соответствии с особенностью формы обучения, находятся вне юридического адреса ЧУ ДПО «ИСЭО».

В ЧУ ДПО «ИСЭО» созданы все условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды. Она включает в себя электронные информационные и образовательные ресурсы, совокупность информационных, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивает освоение программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Связь обучающегося с преподавателями и другими обучающимися осуществляется внутри электронной коммуникационной среды ЧУ ДПО «ИСЭО» по средствам электронных средств связи. Электронная коммуникационная среда ЧУ ДПО «ИСЭО» позволяет осуществлять связь и проводить переписку обучающегося с конкретным преподавателем или другим обучающимся данной образовательной программы (Принцип: все со всеми).

Электронная образовательная среда ЧУ ДПО «ИСЭО» обеспечивает каждого обучающегося возможностью пользоваться в полном объеме учебно-методическим комплексом в соответствии с его образовательной программой, проходить двухуровневую аттестацию, хранить, контролировать и анализировать всю информацию по всем видам его образовательной деятельности.

Электронная информационная среда, размещается на образовательном портале (сайте) ЧУ ДПО «ИСЭО» и обеспечивают наличие всей необходимой информацией обучающихся и других категорий граждан.

Консультирование по всем техническим вопросам обучающихся осуществляется службой технической поддержки ЧУ ДПО «ИСЭО» в режиме Online.

Требования к уровню подготовки поступающего на обучение, необходимому для освоения образовательной программы повышения квалификации

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу, должны иметь среднее профессиональное и/или высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Форма и режим обучения

Программа реализуется с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Оценка качества освоения образовательной программы и формы аттестации

Оценка качества освоения образовательной программы дополнительного профессионального образования (повышение квалификации) включает промежуточную и итоговую аттестацию слушателей.

Промежуточная аттестация предполагает оценку уровня знаний обучающегося по каждой теме, в соответствии с учебным планом программы.

Итоговая аттестация предполагает оценку уровня знаний, обучающихся по средству сдачи междисциплинарного экзамена.

Промежуточная и итоговая аттестации проводятся автоматически электронной системой ЧУДПО «ИСЭО» по критериям: от 90.00% до 100.00% правильных ответов – оценка 5, от 80.00% до 89.99% правильных ответов – 4, от 70.00% до 79.99% правильных ответов – 3, от 60.00% до 69.99% правильных ответов – 2, от 0.00% до 59.99% правильных ответов – оценка 1 балл.

Полученные оценки выставляются в электронную учебную карточку обучающегося.

Оценочные материалы (вопросы)
по программе профессиональной переподготовки
«Связи с общественностью и массовые коммуникации»
(по дисциплинам)

Современная пресс служба

1. Где и когда появились первые пресс-службы?
2. Почему эпоха пресловутых «пресс-агентств» в США была обречена?
3. В каких сферах пресс-службы развиваются более динамично?
4. Какова связь между демократизацией российского общества и формированием пресс-служб
5. Назовите основные принципы формирования пресс-служб в органах власти.
6. Сравните структуру пресс-служб местных органов власти -исполнительной и законодательной.
7. Чем отличаются принципы формирования пресс-служб в бизнесе и органах власти?
8. Как влияет статус пресс-службы на ее структуру и принципы работы?
9. Иерархия отношений в организации и положение пресс-секретаря.
10. С какими целевыми аудиториями работает пресс-секретарь?
11. Каковы должностные функции пресс-секретаря?
12. Кто утверждает должностные функции пресс-секретаря?
13. Расскажите об информационной функции.
14. Какова особенность охранной функции?
15. Занимается ли пресс-секретарь аналитикой и прогнозированием?
16. Этические основы работы пресс-секретаря.
17. Сравните функции пресс-секретаря и журналиста.
18. Каковы особенности работы пресс-служб в коммерческих структурах и органах власти?
19. Чем отличается пресс-конференция от брифинга?
20. Как определяется эффективность проведения пресс-конференции?
21. Как распределяются роли на пресс-конференции?
22. Какие способы управления ходом пресс-конференции вы знаете?
23. Какие жанры текстов готовит пресс-служба для СМИ?
24. Что может стать основой новости?
25. Способы создания новостных поводов.
26. Какова роль этапа создания ожидания события?

Теория организации

1. Организация как система.
2. Организационно-правовые формы организаций.
3. Инновационные методики прорывов.
4. Японская и американская модели менеджмента.
5. Принципы формирования типового функционального звена управления.
6. Коммуникации в организации.
7. Матрица эффективности уровней противоречий в организации.
8. Виды самоорганизации. Основные элементы самоуправления.
9. Понятия «закон», «закономерность», «зависимость».
10. Закон синергии.
11. Закон самосохранения.
12. Закон развития.
13. Закон единства анализа и синтеза.
14. Закон композиции и пропорциональности.
15. Специфические законы социальной организации.

16. Принципы рационализации.
17. Общие понятия организационной культуры. Организационная культура личности.

Коммуникационный менеджмент

1. Определение и компоненты коммуникации.
2. Этапы коммуникации.
3. Коммуникация как условие существования организации.
4. Коммуникационные потребности организации.
5. Внутренняя и внешняя среда организации.
6. Цели и задачи коммуникационного менеджмента.
7. Компоненты управления коммуникацией.
8. Коммуникационные проблемы организации.
9. Ведущие субъекты коммуникационного менеджмента.
10. Ресурсы управления коммуникацией.
11. Задачи внутрикорпоративной коммуникации
12. Способы управления внутренней коммуникацией.
13. Коммуникационное обеспечение контактов с рынком.
14. Разработка коммуникационных стратегий для различных
15. целевых аудиторий.
16. Способы и средства внешней коммуникации.
17. Эффекты коммуникации.
18. Затраты на коммуникацию.
19. Эффективность коммуникации

Реклама в коммуникационном процессе

1. Реклама как часть маркетинговых коммуникаций.
2. Цели и общие требования к рекламе.
3. Предмет и сущность рекламы.
4. Объекты рекламы.
5. Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая.
6. Теории коммуникации в рекламе.
7. Пять основных функций средств массовой информации и рекламы.
8. Рекламная лексика, семиотика, грамматическая специфика; речевая структура; художественно-изобразительные средства рекламы; композиция рекламы.
9. Характеристика и выбор каналов распространения и размещения информации для целей рекламы. Носители рекламы.
10. Рекламная кампания. Определение целей рекламной кампании.
11. Планирование рекламной деятельности
12. Маркетинговые стратегии. Стратегии коммуникаций. Выбор целевой аудитории
13. Медиапланирование
14. Бюджет рекламной компании
15. Мировой рынок рекламы, «интернациональная реклама».
16. Перспективы направления рекламной деятельности.
17. Рекламные объединения и ассоциации.
18. Ответственность участников рекламной деятельности.
19. Международный кодекс рекламной практики.
20. Рекламные объединения и ассоциации
21. Тестирование рекламы
22. Реклама и ее роль в обществе.
23. Эффект рекламы. Эффективность рекламы как залог успешной ее деятельности.
24. Задачи рекламы
25. Эффективность рекламы

26. Рекламодатели, рекламопроизводители и рекламодраспространители
27. Основные функции рекламодателя
28. Рекламные агентства
29. Основные функции рекламного агентства
30. Структура рекламного агентства
31. Персонал рекламного агентства

Организация и проведение компании в сфере связи с общественностью

1. Содержание заключительного этапа проведения PR-кампании.
2. Почему необходима и в чем состоит проблема оценки эффективности PR-кампании?
3. Что общего в проблеме оценки эффективности PR-кампании с проблемой оценки эффективности PR-кампаний?
4. Распространенные методы оценки эффективности PR кампаний.
5. Комплексные методики оценки эффективности PR кампаний.
6. Четыре основных направления оценки PR кампании (Л. Азарова, К. Иванова, И. Яковлев).
7. Использование для оценки эффективности PR кампании модели «рекламной пирамиды».
8. С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум о проблеме оценки эффективности PR кампаний.
9. Р. Хейвуд о проблеме оценки эффективности PR-кампаний.
10. Структура отчета о проведении PR-кампании и процесс его составления.
11. . В чем основные особенности этапа реализации кампании по связям с общественностью?
12. Сформулируйте понятие специального события.
13. Какие вы знаете типы таких событий?
14. Что такое умышленно созданные PR-события?
15. Виды случайных PR-событий.
16. Охарактеризуйте пресс-тур.
17. Какова структура PR-обращения?
18. Назовите правила подготовки и написания PR-текста.
19. Охарактеризуйте письменные PR-тексты.
20. Что такое первичные и вторичные PR-тексты?
21. Для чего служит позиционное заявление?
22. Каковы особенности проведения PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов?
23. Сформулируйте понятия плана и планирования.
24. Назовите основные типы планов PR-кампаний.
25. В чем заключаются основные функции планирования?
26. Назовите два важнейших требования, предъявляемых к планированию PR-кампании.
27. Перечислите основные этапы (стадии) планирования PR-кампании.
28. Каковы основные требования к формулировке целей PR-кампании?
29. Что такое стратегия PR-кампании?
30. Назовите и раскройте четыре общие стратегии PR-кампании.
31. В чем заключаются особенности тактического планирования?
32. Что представляет собой график Гантта?
33. Каковы принципы составления бюджета PR-кампании?
34. Сформулируйте понятие медиапланирования.
35. Назовите базовые понятия медиапланирования.
36. Каковы общие особенности планирования размещения материалов PR-кампании в основных средствах массовой информации?
37. Охарактеризуйте в целом исследовательскую стадию PR-кампании.

38. Каково значение исследования для PR-кампании?
39. Почему исследование является начальной стадией цикла деятельности по связям с общественностью?
40. Каковы основные направления исследований на этапе подготовки PR-кампании?
41. Назовите известные вам виды и методы исследований в PR.
42. Что такое ШОТ-анализ?
43. Каково содержание и назначение медиакарты?
44. В чем различие первичных и вторичных исследований, данных?
45. Охарактеризуйте специфику неформального и формального типа исследований.
46. Назовите основные этапы (стадии) формального исследования.
47. Охарактеризуйте метод контент-анализа.
48. Охарактеризуйте сущность PR.
49. Каковы особенности PR как коммуникативной деятельности?
50. В чем состоят различия между субстанциональными и институциональными субъектами PR?
51. Дайте определение понятия «общественность».
52. Сформулируйте понятие «средства связей с общественностью».
53. Раскройте формулу KACE.
54. Дайте определение PR-кампании.
55. Что такое социально-коммуникативная технология?
56. Каковы различия между PR-кампанией и PR-программой?
57. Какие нам известны типы PR-кампаний?

Психология делового общения

1. Понятие общения, его структура и средства.
2. Функции делового общения в современном обществе.
3. Виды делового общения, их характеристика.
4. Специфика делового общения.
5. Этапы и принципы делового общения.
6. Механизмы познания другого человека.
7. Типология личности, её учёт в общении
8. Психологические принципы оказания влияния на делового партнёра.
9. Общение как коммуникация.
10. Общие принципы коммуникации.
11. Коммуникативные барьеры в общении.
12. Вербальные средства общения. Техника активного слушания.
13. Убеждающая коммуникация. Логические основы аргументации.
14. Организационная коммуникация.
15. Невербальные средства общения.
16. Культурная обусловленность коммуникации.
17. Модели личности в общении.
18. Общение как взаимодействие, типы взаимодействий.
19. Механизмы воздействия в общении.
20. Стили делового общения
21. Причины и признаки манипулятивного общения.
22. Формирование нового типа личности в современном обществе.
23. Деловая беседа как вид общения, её цель и типы.
24. Этапы проведения деловых бесед.
25. Деловые переговоры как вид делового общения.
26. Основные этапы и условия переговорного процесса.
27. Создание благоприятного психологического климата при переговорах.
28. Стратегия и тактика ведения переговоров.
29. Этика делового общения в условиях рыночной экономики.

30. Этические формы и нормы делового общения.
31. Специфика российского евразийского менталитета.

Экономическая культура

1. Исходные понятия: экономика, отрасль ФКиС, сфера ФКиС, услуги отрасли ФКиС
2. Административно-хозяйственные уровни отрасли ФКиС
3. Исходные понятия: рабочая сила, предмет труда, средства труда, материальные средства труда
4. Экономический продукт отрасли ФКиС
5. Задачи и содержание планирования труда
6. Показатели производительности
7. Последовательность расчетов планового баланса рабочего времени одного среднесписочного работника
8. Факторы, влияющие на нормирование труда
9. Принципы и методы нормирования труда работников
10. Понятия: продовольственная и потребительская корзины, прожиточный минимум, бюджет прожиточного минимума
11. Закон спроса и предложения
12. Сегментирование рынка
13. Виды и средства рекламы
14. Основные финансовые документы.
15. Обеспечение процесса набора и отбора кадров. Особенности отбора и набора кадров отрасли ФКиС.
16. Административно-экономическая сущность предпринимательской деятельности. Виды предпринимательства. Формы предпринимательства.
17. Понятие и сущность экономической культуры хозяйствования.
18. Методические основы анализа трудовых показателей.

Стратегический менеджмент

1. Объект стратегического управления. Причины перехода от внутрифирменного управления к стратегическому.
2. Сущность новой парадигмы управления.
3. Особенности новой парадигмы управления.
4. Причины зарождения стратегического управления.
5. Эволюция стратегического управления.
6. Кардинальные изменения в 60-х – 70-х годах в стратегическом управлении.
7. Принципы скользящего планирования. Недостатки долгосрочного планирования.
8. Факторы внешней среды и их влияние на стратегическое планирование.
9. Ранжирование стратегических задач.
10. Понятие стратегии. Элементы стратегии.
11. Виды стратегий.
12. Отличительные характеристики стратегий.
13. Понятие стратегического управления.
14. Преимущество стратегического управления для фирмы.
15. Этапы стратегического управления.
16. Классификационные признаки стратегии.
17. Интеграция стратегического и инновационного менеджмента.
18. Процесс разработки и реализации стратегии на предприятии.
19. Основы анализа в стратегическом управлении.
20. Основы прогнозирования в стратегическом управлении.
21. Основные задачи прогнозирования.
22. СЗХ.

23. Сегментация окружения фирмы.
24. Понятие диверсификации.
25. Сравнение внутрифирменного и стратегического управления по основным параметрам (не менее десяти).
26. Сущность стратегии по Миндсбергу.

Производственный менеджмент

1. Характеристика понятий «Менеджмент», «Управление», «Предпринимательство». Виды менеджмента. Уровни управленческой иерархии. Основные принципы и методы менеджмента.
2. Ролевая модель управленческого процесса. Функциональная модель управления (структура управленческого цикла). Общие и специфические функции менеджера. Уровневая модель управления
3. Условия и предпосылки возникновения менеджмента. Эволюция задач и принципов менеджмента в зависимости от условий предпринимательской деятельности.
4. Основные подходы и школы менеджмента.
5. Классический менеджмент: школа научного менеджмента Ф.Тейлора и его последователей. Идеи Тейлора в России.
6. Административная теория А.Файоля.
7. Интегральные подходы в теории управления организациями: процессный, системный, ситуационный.
8. Национальный стиль менеджмента
9. Понятие производства и производственной системы. Типы предприятий (по организационно-правовым формам, по собственности и пр.) Объединения предприятий.
10. Место предприятия в системе рыночных отношений.
11. Сущность и классификация функций управления предприятием.
12. Методы производственного менеджмента.
13. Сущность, принципы, организация работ по планированию.
14. Содержание и порядок разработки стратегических планов организации.
15. Основы оперативно-календарного планирования.
16. Основные разделы и этапы разработки производственной программы.
17. Методы оптимизации производственной программы.
18. Организационная структура и организационная схема управления производством.
19. Виды производственных процессов. Организация производственных процессов в пространстве и во времени.
20. Отраслевые особенности организации производственных процессов.
21. Сущность и система показателей качества продукции.
22. Методы оценки качества.
23. Государственные и международные стандарты и системы качества.
24. Зарубежный опыт управления качеством продукции.
25. Развитие систем управления качеством.
26. Сертификация продукции и систем качества.
27. Политика предприятия в области качества.
28. Сущность, классификация и кодирование новшеств и инноваций. Организация НИОКР.
29. Формирование портфелей новшеств и инноваций.
30. Оценка эффективности инновационной деятельности
31. Маркетинговая деятельность предприятия.
32. Управление производственной инфраструктурой предприятия.
33. Управление контроль и контроллинг.

Основы менеджмента

1. Общая теория систем.
2. Признаки систем и подсистем.
3. Менеджмент как человеческий фактор, специальность и система. роли менеджера.
4. Школа научного управления.
5. Школа человеческих отношений.
6. Подходы в менеджменте.
7. Концепция менеджмента.
8. Формальная и неформальная структура, функции, ресурсы организации.
9. Жизненный цикл и фазы развития организации.
10. Внутренняя среда организации и ее составляющие.
11. Внешняя среда организации: характеристика, факторы прямого и косвенного воздействия.
12. Социофакторы и этика менеджмента.
13. Принципы деловой этики организации.
14. Процесс коммуникации: структура, элементы и этапы.
15. Моделирование ситуаций и разработка решений.
16. Научные методы оптимизации управленческих решений.
17. Основной набор функций менеджмента, их анализ.
18. Стратегическое планирование деятельности организации: этапы, требования.
19. Локальные принципы организации.
20. Соотношение централизации и децентрализации в структуре органов управления.
21. Определение мотивации и сущность функции.
22. Контроль: определение, виды, функции. Технологии осуществления контроля и регулирования.
23. Команда: основные виды, стадии развития.
24. Руководство: власть и партнерство.
25. Стилль и имидж менеджера. Идеальный руководитель.
26. Конфликтность в менеджменте. Общее понятие. Типы конфликтов.
27. Модели организаций как объектов управления.
28. Международная деятельность организации в сфере международного бизнеса.

Инновационный менеджмент

1. Основные определения и классификация инноваций.
2. Основные направления инновационного развития организации.
3. Коммерциализация новшеств.
4. Стратегическое планирование инноваций.
5. Виды и содержание инновационных проектов.
6. Управление инновационным проектом.
7. Пример расчета инновационно-инвестиционного проекта.
8. Основные приемы экспертизы инновационных проектов.
9. Система планов инновационного проекта и порядок их разработки.
10. Методы управления инновационными стратегиями.
11. Система инновационного менеджмента, ее задачи и основные функции.

Физиология труда

1. Формы физической культуры: лечебная, массовая, оздоровительная, адаптивная.
2. Виды физической культуры: традиционные и нетрадиционные.
3. Врачебный контроль в оздоровительной работе: определение, цель, задачи, актуальность.
4. Наружный осмотр и антропометрия: определение, методики, актуальность.
5. Антропометрические индексы: определение, преимущества, недостатки.

6. Понятие о функциональной диагностике.
7. Характеристика пульса и артериального давления.
8. Влияние физических упражнений на растущий организм.
9. Врачебный контроль за школьниками, занимающимися физической культурой. Определение, цель, задачи, методы, актуальность.
10. Характеристика основной, подготовительной и специальной медицинских групп.
11. Наблюдение как метод врачебно-педагогического контроля: определение, цель, задачи, свойства, виды, показания, объекты, достоинства, недостатки и значение наблюдения.
12. Хронометраж, пульсометрия, тестирование и оценка как методы врачебно-педагогического контроля. Их определения, методики, значение.
13. Врачебный контроль в физкультурно-оздоровительной работе. Его задачи; значение оздоровительной физкультуры для лиц среднего и пожилого возраста.
14. Специфика методики врачебного обследования физкультурников среднего и старшего возраста.
15. Цель, задачи и методика врачебно-педагогических наблюдений в группах здоровья.
16. Тест Купера: его методика и значение.
17. Психологические аспекты врачебно-педагогического контроля
18. Специфика восстановительных мероприятий в оздоровительной физкультуре.

Психофизиологический профессиональный отбор

1. Значение индивидуальных психофизиологических особенностей человека в профессиональной деятельности.
2. Структурно-функциональные особенности профессиональной деятельности человека в системах управления.
3. Психофизиологические механизмы и принципы профессионального отбора.
4. Системы управления движущимся объектом.
5. Системы управления диспетчерского типа.
6. Системы управления средствами сбора информации.
7. Системы управления технологическими процессами.
8. Системы управления персоналом в условиях организации.
9. Определение профессиональных требований к психофизиологическим качествам.
10. Разработка психофизиологических критериев профессиональной пригодности.
11. Оценка физической работоспособности.
12. Организация работы по проведению профессионального отбора.
13. Требования к проведению психофизиологической диагностики профессиональной пригодности.

Психология труда

1. Психотехнический подход.
2. Субъективная значимость труда.
3. Информационная и диагностическая профессиограмма.
4. Профотбор кадров.
5. Профессиональные цели и мотивация труда.
6. Профессиональные деструкции профессиональной деятельности.
7. "Спонтанная отвлекаемость" в операторском труде.
8. "Технократическое мышление"
9. Организационная культура.
10. Аттестация работников.
11. Внешнее консультирование организации.
12. Система исследования функциональных состояний работника.

Составитель программы

Брызгалов Игорь Вячеславович, доктор педагогических наук, профессор, отличник физической культуры.