

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «МЭИ»**

**«Утверждаю»
Директор ГПИ**

_____ **А.Б.Родин**

**БАНК ЗАДАНИЙ ПО СПЕЦИАЛЬНОЙ ЧАСТИ ВСТУПИТЕЛЬНОГО
ИСПЫТАНИЯ В МАГИСТРАТУРУ**

**Направление подготовки:
38.04.02 Менеджмент**

**Магистерская программа:
Управление деятельностью PR организаций и структур**

Москва, 2023 год

1. Содержание теоретических разделов

1.1. МЕНЕДЖМЕНТ

Определение организации. Понятия менеджмента, менеджера. Функции менеджера. Внутренние переменные – ситуационные факторы внутри организации. Взаимосвязанность внутренних переменных. Внешняя среда в бизнесе. Организация и ее среда.

Природа процесса принятия решений. Рациональное решение проблем. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Модели и методы принятия решений. Наука управления. Моделирование. Методы принятия решений. Методы прогнозирования.

Сущность, функции и выгоды стратегического планирования: цели организации, оценка и анализ внешней среды, управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации, изучение стратегических альтернатив. Планирование стратегии: реализация стратегического плана, оценка стратегического плана, количественные и качественные критерии оценки.

Делегирование, ответственность и полномочия. Линейные и аппаратные (штабные) полномочия. Эффективная организация распределения полномочий. Выбор структуры в процессе построения организаций. Департаментализация. Адаптивные структуры. Централизованные и децентрализованные организации.

Смысл и эволюция понятия мотивация. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Мотивация и компенсация. Сущность и смысл контроля. Процесс контроля. Поведенческие аспекты контроля. Характеристики эффективного контроля. Информационно-управляющие системы в планировании и контроле.

Руководство: власть и личное влияние: власть, влияние, лидер; формы власти и влияния; убеждение и участие; практическое использование влияния. Лидерство: стиль, ситуация и эффективность; обзор теорий лидерства, поведенческий подход к лидерству, стиль, удовлетворение и производительность, ситуационные подходы к эффективному лидерству, адаптивное руководство.

Природа конфликта в организации. Управление конфликтной ситуацией. Природа организационных изменений. Управление изменениями. Организационное развитие. Природа стресса. Стрессовый стиль жизни.

Формирование трудовых ресурсов. Развитие трудовых ресурсов. Повышение качества трудовой жизни. Развитие приверженности к организации.

Управление производством: создание операционной системы: системный подход к управлению операциями; вопросы этики в управлении производством; проектирование изделий и процессов в производстве; проектирование продуктов и процессов в сфере услуг; производственные мощности, месторасположение, проектные решения; проектирование работ и нормирование труда; стратегия операционного управления.

1.2 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ

Роль специалиста по связям с общественностью в процессе управления общественным мнением. Функции специалиста по связям с общественностью, профессиональные требования к специалисту в системах управления.

Актуальные проблемы связей с общественностью в современной России. Связи с общественностью в органах государственной власти.

Связи с общественностью и их место в современном мире. Многогранная природа связей с общественностью. PR-наука и PR-деятельность. Сравнительная характеристика различных определений связей с общественностью.

Сравнительная характеристика связей с общественностью, рекламы и пропаганды. Подготовка и реализация программ в связях с общественностью в системах управления.

Качественные и количественные методы исследования в связях с общественностью. Исследования в области связей с общественностью.

Моделирование и формирование позитивного корпоративного имиджа. Роль связей с общественностью в конструировании имиджа. Внутрикorporативное взаимодействие в различных моделях коммуникации как средство формирования корпоративного имиджа. Корпоративная культура и корпоративный имидж. Корпоративные мероприятия в связях с общественностью.

Средства массовой информации как основной канал воздействия PR-технологий. Организация работы департаментов и агентств по связям с общественностью в различных организациях.

Специфика функционирования пресс-служб в государственных организациях. Штат пресс-службы. Основные принципы деятельности современной пресс-службы.

Принципы и функции связей с общественностью, целевые аудитории в связях с общественностью. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью.

Психологические аспекты связей с общественностью как управленческой деятельности. Теоретические основы формирования корпоративного имиджа.

Основные коммуникативные модели связей с общественностью (агентство по связям с прессой, общественно значимая информация, двухсторонняя асимметрия, двухсторонняя симметрия). Специальные мероприятия в связях с общественностью.

Кодекс профессиональных стандартов современного специалиста по связям с общественностью. Этические нормы деятельности.

Особенности PR-деятельности в условиях кризиса и конфликтов.

Основные задачи Российской ассоциации по связям с общественностью. Коммуникационные и социальные процессы как инструмент формирования корпоративной культуры и имиджа организации.

Использование блогосферы в современных связях с общественностью.

Категории социальной ответственности в связях с общественностью и понятие доверия в профессии.

Особенности PR-деятельности в Интернет. Интернет и связи с общественностью в топливно-энергетической сфере. Использование Интернета в ходе проведения PR-кампаний.

Особенности проведения пресс-конференции в связях с общественностью. Выставка как мероприятие в связях с общественностью. Презентация как мероприятие в связях с общественностью. Благотворительность и спонсорство в связях с общественностью.

2. Вопросы к вступительным испытаниям

Вопросы для проверки базовых знаний по дисциплине «МЕНЕДЖМЕНТ»

- Особенности развития науки об управлении в России в XIX-XX вв.
- Основные закономерности экономического развития организации/предприятия и особенности его функционирования.
- Деловой этикет менеджера.
- Организационно-правовые формы бизнеса. Порядок регистрации и ликвидации предприятия.
- Субъекты и объекты предпринимательской среды.
- Классификация методов и общая постановка задачи разработки управленческих решений. Качество управленческих решений.
- Миссия и цели организации/ предприятия.
- Стратегические, тактические, оперативные цели организации. Стратегическое позиционирование бизнеса.
- Стратегический управленческий анализ. Синтез стратегии организации.
- Функций управления организацией/ предприятием.

- Организация производственной деятельности предприятия.
- Методы мотивации персонала предприятия.
- Методы контроля деятельности предприятия.
- Специфические функции управления предприятием в энергетике.
- Методы принятия управленческих решений в организации.
- Разработка оптимального плана производственной деятельности предприятия.
- Теория жизненного цикла организации/ предприятия. Анализ стадий жизненного цикла организации/ предприятия.
- Организационная культура предприятия.
- Типы организационной структуры управления предприятием. Совершенствование организационной структуры предприятия.
- Маркетинговые коммуникационные процессы организации/предприятия.
- Типы рынков и функции маркетинга организации/ предприятия.
- Элементы комплекса маркетинга в энергетике.
- Цена и ценообразование в маркетинге. Позиционирование и сегментация рынка.
- Управление изменениями в организации.
- Инновации как объект управления. Определение инновационного проекта. Организация инновационной деятельности на предприятии.
- Кадровое планирование в управлении предприятием.
- Российские и международные стандарты менеджмента качества. Система менеджмента качества на предприятии.
- Цели, методы и инструменты государственного регулирования экономики.
- Концепции государственного регулирования экономики.
- Макроэкономическое прогнозирование и планирование.
- Инвестиционное регулирование. Назначение государственных программ.
- Государственное регулирование природопользования и охраны окружающей среды.
- Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности и валютная политика.
- Стратегический менеджмент в энергетике.
- Инновационный менеджмент в энергетике. Управление проектами в электроэнергетике.
- Производство электрической энергии. Электроэнергетическое оборудование. Передача электроэнергии. Распределение электроэнергии.
- Общие понятия, подходы и экономические аспекты построения системы безопасности хозяйствующего субъекта. Требования к системе экономической безопасности.
- Современная электроэнергетика. Сферы государственного регулирования и контроля в электроэнергетике.
- Функции государственных органов, регулирующих топливно-энергетический комплекс.
- Топливо-энергетический баланс страны.
- ТЭК как объект государственного регулирования.
- Энергетическая стратегия России до 2030 г.

Вопрос для проверки базовых знаний по специфике «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ»

- Государственное, правовое и общественное регулирование рекламной и PR-деятельности.
- PR-агентство: миссия, функции, услуги на рынке. Механизмы повышения конкурентоспособности.
- PR-отдел: функции и обязанности.
- PR-деятельность на рынке: специфика применения новых коммуникационных

технологий.

- PR-услуги: понятие и виды.
- Спонсорство: понятие, виды. Условия повышения эффективности.
- Фандрайзинг: понятие и характеристика.
- Стратегии PR в бизнес-проектах: структура и виды.
- Инновации в PR-деятельности: понятие, характер применения и тенденции
- Организация и цели маркетингового исследования в области PR.
- Особенности PR в средствах массовой информации.
- Планирование и реализация PR-компаний.
- Социальные PR-программы: проблемы эффективности.
- Политический PR: технологии и инструменты.
- Мерчендайзинг и PR-акции на местах продаж: понятие и цели.
- Специфика организации и проведения PR-компаний на телевидении
- Специфика организации и проведения PR-кампании на радио
- Специфика организации и проведения PR-кампании в прессе
- Специфика организации и проведения PR-кампании в Интернете
- PR в социальных сетях: цели и технологии проведения
- Программа PR-компаний (на примере коммерческой организации)
- Применение PR-технологий в интегрированных маркетинговых коммуникациях
- Планирование и организация PR-деятельности в общественной организации.
- Имиджмейкинг: стратегия создания имиджа (на примере эстрадного исполнителя)
- Стратегия и тактика повышения эффективности PR при формировании имиджа (на примере политика, предпринимателя, артиста)
- Организация и оценка эффективности PR – мероприятий
- Участие экспонента на Выставке: разработка стенда и коммуникации
- Выставочно-ярмарочные мероприятия как форма маркетинговых коммуникаций
- Презентация: понятие, виды, концепции мероприятий
- Деловая программа выставки: пути повышения эффективности
- Разработка плана PR-коммуникации
- Креативные методы в разработке PR-коммуникации
- Брендинг: пирамида бренда и коммуникационное поле бренда
- Product Placement как технология PR-кампании: понятие, виды, особенности создания.
- Применение Product Placement в игровом кино: проблемы эффективности.
- Разработка креативной и коммуникационной стратегии в PR-программе.
- Принципы выбора инструментов PR в медиастратегиях и порядок формирования медиаплана.
- Специфика PR-коммуникаций на рынках BtoB и BtoC.
- Ребрендинг и рестайлинг: опыт применения на российском рынке.
- Средства PR в продвижении товарного знака.
- Разработка бренда: видение, миссия, ценности и т.д.
- Выбор брендинговой стратегии по обеспечению роста капитализации компании
- Создание высокоэффективной архитектуры корпоративного бренда
- Использование корпоративного бренда для продвижения брендов товаров и услуг
- Применение PR-технологий в Ambient media: цели, особенности, способы проведения и тренды
- PR в технологиях партизанского маркетинга
- Формирование паблисити в PR-стратегиях со СМИ
- Директ-маркетинг: виды почтовых сообщений и особенности продвижения
- Пресс-конференция и брифинг: способы эффективного проведения

- Пресс-тур: цель и подготовка репортажа
- Применение жанров журналистики в PR: статья, заметка, интервью, шоу-программа, репортаж, обзор.
- Форум и конференция: проблемы организации и проведения.
- Фестиваль как инструмент PR.
- Сравнительный анализ образовательных PR-мероприятий: семинар, ворк-шоп, мастер-класс, тренинг.
- Способы применения PR в вирусном маркетинге.
- PR и пропаганда: сходство и различие.
- Роль СМИ в формировании общественного мнения, репутации фирмы
- Подготовка фирменного стиля, бренд-бука, пресс-релизов и видео-релизов для СМИ.
- Применение копирайтинга в PR-проекте: приемы создания концепций, слоганов и неймов.
- Креативные технологии в PR-компаниях.
- Флеш-моб как инструмент PR: виды и способы проведения.
- Организация специальных событий для СМИ: необходимость и условия успешного проведения.
- Роль PR в формировании корпоративной культуры.
- PR-менеджер: статус, качества, портфолио

3. Рекомендуемая литература

1. Веснин, В.Р. Теория организации и организационного поведения [Электронный ресурс]: учебник. - Электрон. дан. - М.: Проспект, 2014. -470 с.
2. Долгов, А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко. - Электрон. дан. - М.: ФЛИНТА, 2011. - 278 с.
3. Дьяков А.Ф., Максимов Б.К., Жуков В.В., Молодюк В.В. Менеджмент и маркетинг в электроэнергетике. Учебное пособие. – М.: "Издательский дом МЭИ", 2007. – 505 с. УДК 621.31: 338.24 ББК 31.2 М 502.
4. Кириллова, В.Л. PR в некоммерческом секторе / В.Л. Кириллова. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 127 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-3970-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>.
5. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>.
6. Романов, А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Электрон. дан. - М.: Дашков и К, 2012. - 440 с.
7. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - Электрон. дан. - М.: Дашков и К, 2013. - 294 с.
8. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 552 с. – Серия: Бакалавр. Углубленный курс. – ISBN: 978-5-9916-2249-3, 978-5-9916-3170-9, 978-5-9916-3181-5.
9. Тимофеев, М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): учебное пособие / М.И. Тимофеев . – 4-е изд. – М.: РИОР, 2012. – 192 с. – (ВПО: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-00534-7.
10. Фрейдина, Е.В. Исследование систем управления организации. Учебное пособие [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. дан. - М.: Омега-Л, 2013. - 368 с.
11. Чумиков, А. Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для вузов по направлению "Реклама и связи с обще-

- ственность" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 329 с. – (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006613-4.
12. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз: учебник / Ф.И. Шарков; Международный университет бизнеса и управления. - 6-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 330 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02353-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253954>

Программу составил:

к.полит.н., доцент каф РСиЛ

И.В. Юдин