Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 14:53:10
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

Факультет издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Декан

_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«26» февраля 2026 г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

# ТЕХНОЛОГИИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

# ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

Направление подготовки

**42.03.02 Журналистика**

Профиль

**«Корпоративные медиа и бренд-журналистика»**

Квалификация

**Бакалавр**

Формы обучения

**Очная**

Москва, 2026 г.

**Разработчики:**

К.с.н., доцент кафедры «Журналистика
и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»  /А.Н. Шеремет/

Старший преподаватель кафедры «Журналистика
и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»  /Н.Ю. Прыгина/

**Согласовано:**

Заведующий кафедрой «Журналистика
и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,
к.с.н., доцент  /Л.Г. Толчинский/

# Содержание


1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Структура и содержание дисциплины 5
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2. Тематический план изучения дисциплины 5
3.3. Содержание дисциплины 7
3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 8
3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 9
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 9
4.1. Нормативные документы и ГОСТы 9
4.2. Основная литература 9
4.3. Дополнительная литература 9
4.4. Электронные образовательные ресурсы 9
4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 10
5. Материально-техническое обеспечение 10
6. Методические рекомендации 11
6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 11
6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 11
7. Фонд оценочных средств 11
7.1. Методы контроля для оценивания результатов обучения 11
7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения 12
7.3. Оценочные средства 12

## 1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

**Цель** изучения дисциплины «Технологии корпоративного управления для журналистов» – сформировать у студентов комплексное представление о системах, процессах и технологиях управления современной организацией, а также развить практические навыки взаимодействия с управленческими структурами и использования управленческой информации в профессиональной деятельности журналиста и специалиста по корпоративным коммуникациям. Курс призван дать профессионально-ориентирующее понимание того, как устроены процессы принятия решений, стратегического планирования, организационной структуры, контроля и оценки эффективности в компаниях, и как журналист может эффективно работать в этой среде, создавая контент, отражающий и комментирующий управленческие процессы.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

– сформировать понимание сущности, целей и функций корпоративного управления в современных организациях;

– познакомить студентов с основными моделями, системами и технологиями управления (стратегическое, операционное, проектное управление);

– изучить организационные структуры управления и принципы их построения;

– выработать навыки анализа управленческой информации, документов и отчетности;

– сформировать представление о процессе стратегического планирования и разработки управленческих решений;

– развить навыки подготовки аналитических материалов, отчетов и информационных продуктов по тематике корпоративного управления;

– ознакомить с современными цифровыми инструментами и платформами управления, используемыми в корпоративных медиа и коммуникациях;

– сформировать понимание роли журналиста в освещении управленческих процессов и интерпретации управленческих решений для различных аудиторий (внутренних и внешних).

Обучение по дисциплине «Технологии корпоративного управления для журналистов» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| **Код и наименование компетенций** | **Индикаторы достижения компетенции** |
|---|---|
| ПК-1. Способен участвовать в управлении и организации работы редакционного коллектива, учитывая экономические и технологические аспекты деятельности СМИ. | ИПК-1.2. Применяет технологии корпоративного управления при организации работы редакции, планировании ресурсов и распределении задач. |
| ПК-2. Способен анализировать современное состояние и тенденции развития медиарынка для выработки стратегии деятельности СМИ. | ИПК-2.1. Использует инструменты стратегического и операционного управления для разработки медиастратегий и бизнес-планов. |
| ПК-3. Способен создавать медиаконтент для различных аудиторий и медиаплатформ с учетом требований аудитории и задач организации. | ИПК-3.1. Создает контент, отражающий управленческие процессы и бизнес-стратегии организации, в доступной для целевой аудитории форме. |
| ПК-4. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере медиа и корпоративных коммуникаций. | ИПК-4.1. Использует технологии проектного и процессного управления при планировании и реализации медиапроектов и коммуникационных кампаний. |

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии корпоративного управления для журналистов» (Б1.2.11) относится к разделу «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» (Б1.2). Преподается в 6 семестре студентам 3 курса.

Дисциплина логически и содержательно связана с предшествующими курсами («Теории и практики корпоративной культуры», «Основы корпоративной журналистики»), опирается на знания, полученные при изучении смежных дисциплин, и является базовой для последующего освоения курсов «Кроссмедийные технологии продвижения контента», «PR-технологии в медиа», «Планирование работы и управление корпоративными медиа», а также для выполнения выпускной квалификационной работы.

## 3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 зачетные единицы).

### 3.1. Виды учебной работы и трудоемкость
(очная форма обучения)

| № п/п | Вид учебной работы | Всего часов | Семестр 3 |
|---|---|---|---|
| | **Аудиторные занятия** | **36** | **36** |
| | В том числе: | | |
| 1. | Лекции | 14 | 14 |
| 2. | Семинарские/Практические занятия | 22 | 2 |
| | **Самостоятельная работа** | **36** | **36** |
| | В том числе: | | |
| 1. | Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений | 36 | 36 |
| | | | |
| | **Промежуточная аттестация** | | |
| | Экзамен | | |
| | | | |
| | **Итого** | **72** | **72** |

### 3.2. Тематический план изучения дисциплины
(очная форма обучения)

| № п/п | Разделы/темы дисциплины | Трудоемкость, час | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | | Самостоятельная работа |
| | | | Лекции | Семинарские/практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | |
| 1. | Раздел 1. Введение в корпоративное управление: сущность, цели, | 10 | 2 | 2 | - | - | 6 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | функции | | | | | | |
| 2. | Раздел 2. Организационные структуры управления и модели корпоративного управления | 12 | 2 | 4 | - | - | 6 |
| 3. | Раздел 3. Стратегическое управление организацией: планирование, миссия, цели, стратегии | 12 | 2 | 4 | - | - | 6 |
| 4. | Раздел 4. Операционное и проектное управление: процессы, инструменты, методы | 12 | 2 | 4 | - | - | 6 |
| 5. | Раздел 5. Управленческие решения: технология разработки, принятия и реализации | 12 | 2 | 4 | - | - | 6 |
| 6. | Раздел 6. Управление эффективностью: KPI, контроль, оценка и отчетность | 8 | 2 | 2 | - | - | 4 |
| 7. | Раздел 7. Цифровые технологии корпоративного управления и роль журналиста в освещении управленческих процессов | 6 | 2 | 2 | - | - | 2 |
| | Зачет | | | | | | |
| **Итого** | | **72** | **14** | **22** | **-** | **-** | **36** |

## 3.3. Содержание дисциплины

**Раздел 1. Введение в корпоративное управление: сущность, цели, функции**

Корпоративное управление как система взаимодействия между собственниками, менеджментом и стейкхолдерами. Основные подходы к определению корпоративного управления. Цели и задачи корпоративного управления: максимизация стоимости, обеспечение устойчивого развития, соблюдение интересов заинтересованных сторон. Функции корпоративного управления: стратегическая, координационная, контрольная, коммуникационная, представительская. Принципы корпоративного управления: транспарентность, подотчетность, справедливость, ответственность. Кодексы корпоративного управления: российский и международный опыт. Сравнительный анализ моделей корпоративного управления (англо-американская, германская, японская, российская). Роль корпоративных медиа в реализации принципов управления.

**Раздел 2. Организационные структуры управления и модели корпоративного управления**

Организация как система управления: понятие, признаки, классификация. Организационные структуры управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная, проектная, сетевые структуры. Преимущества и недостатки каждой модели. Факторы, влияющие на выбор организационной структуры: размер организации, отраслевая специфика, стратегия, стадия жизненного цикла. Органы управления: общее собрание акционеров, совет директоров, исполнительные органы. Распределение полномочий и ответственности. Взаимодействие управленческих уровней и подразделений. Особенности структур управления в медиаорганизациях и корпоративных медиа. Анализ организационных структур реальных компаний.

**Раздел 3. Стратегическое управление организацией: планирование, миссия, цели, стратегии**

Стратегическое управление как процесс: анализ внешней и внутренней среды, постановка целей, разработка стратегии, реализация, контроль. Миссия и видение организации: значение, разработка, коммуникация. Целеполагание: принципы SMART, дерево целей. Виды стратегий: корпоративные, конкурентные, функциональные. Анализ внешней среды: PESTEL-анализ, пять сил Портера. Анализ внутренней среды: ресурсный подход, цепочка создания ценности. SWOT-анализ и его применение. Бизнес-модели и стратегические карты. Стратегическое планирование в медиаиндустрии. Роль журналиста в анализе и коммуникации стратегических целей компании.

**Раздел 4. Операционное и проектное управление: процессы, инструменты, методы**

Операционное управление: сущность, задачи, функции. Операционные процессы и их классификация. Управление операционными процессами: стандартизация, регламентация, оптимизация. Бережливое производство и непрерывное улучшение. Инструменты операционного управления: бизнес-процессы, регламенты, стандарты, инструкции. Проектное управление: определение проекта, фазы жизненного цикла. Методологии управления проектами: Agile, Scrum, Kanban, Waterfall. Формирование проектной команды, управление рисками, бюджетирование проектов. Цифровые инструменты управления проектами (Trello, Jira, Asana, Miro). Особенности применения проектного управления в медиа и корпоративных коммуникациях.

**Раздел 5. Управленческие решения: технология разработки, принятия и реализации**

Управленческое решение как центральный элемент управления. Типология управленческих решений (программируемые / непрограммируемые, стратегические / тактические, индивидуальные / коллегиальные). Этапы процесса принятия решений: диагностика проблемы, сбор информации, выработка альтернатив, выбор, реализация, контроль. Методы принятия решений: экспертные, математические, эвристические. Технологии группового принятия решений: мозговой штурм, метод Дельфи, SWOT-анализ, дерево решений. Учет рисков и неопределенности. Коммуникация управленческих решений внутри организации. Информационная поддержка принятия решений: бизнес-аналитика, дашборды, корпоративные информационные системы. Роль корпоративного журналиста в информировании сотрудников о решениях руководства.

**Раздел 6. Управление эффективностью: KPI, контроль, оценка и отчетность**

Система оценки эффективности управления. Ключевые показатели эффективности (KPI) и их разработка. Сбалансированная система показателей (BSC): финансовые, клиентские, внутренних бизнес-процессов, обучения и развития. Методы контроля: предварительный, текущий, заключительный. Виды управленческой отчетности: оперативная, тактическая, стратегическая. Внутренний и внешний аудит. Корпоративная социальная отчетность и ESG-индикаторы. Принципы прозрачности и подотчетности в управлении. Подготовка и интерпретация управленческой информации для внутренних и внешних аудиторий. Роль корпоративных медиа в освещении результатов деятельности и выполнении стратегических целей.

**Раздел 7. Цифровые технологии корпоративного управления и роль журналиста в освещении управленческих процессов**

Цифровая трансформация корпоративного управления. Корпоративные информационные системы (ERP, CRM, ECM). Автоматизация управленческих процессов. Искусственный интеллект и большие данные в управлении. Цифровые платформы для внутренних коммуникаций и управления: корпоративные порталы, мессенджеры, интранет. Удаленное и гибридное управление: вызовы и инструменты. Информационная безопасность в управлении. Роль журналиста в коммуникации управленческой стратегии: подготовка пресс-релизов, интервью с руководством, обзоры бизнес-стратегий, комментарии о деятельности компании. Этические аспекты освещения управленческих процессов. Будущие тренды корпоративного управления и их отражение в медиа.

## 3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий
(очная форма обучения)

## 3.4.1. Семинарские/практические занятия

1. Семинар 1. Принципы и модели корпоративного управления: сравнительный анализ. 2 ч
2. Семинар 2. Анализ организационных структур управления (кейс-стади). 2 ч
3. Семинар 3. Разработка миссии, видения и стратегических целей организации (практикум). 2 ч
4. Семинар 4. Стратегический анализ с использованием инструментов PESTEL, SWOT, Портер (практикум). 2 ч
5. Семинар 5. Операционное управление: моделирование бизнес-процессов. 2 ч

6. Семинар 6. Основы проектного управления: разработка проектного устава и планирование проекта. 2 ч
7. Семинар 7. Принятие управленческих решений: деловая игра «Управленческий кейс». 2 ч
8. Семинар 8. Разработка системы KPI и управленческой отчетности (практикум). 2 ч
9. Семинар 9. Цифровые инструменты управления: обзор и практика работы (Trello, Jira, Miro). 2 ч
10. Семинар 10. Роль журналиста в освещении управленческих процессов: кейсы и практика. 2 ч
11. Семинар 11. Защита итоговых проектов «Разработка управленческого документа для медиаорганизации». 2 ч

### 3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

## 3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены.

# 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

## 4.1. Нормативные документы и ГОСТы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 24.07.2023). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 25.08.2025).

2. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 25.12.2023). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/ (дата обращения: 25.08.2025).

3. Кодекс корпоративного управления (рекомендован письмом Банка России от 10.04.2014 № 06-52/2463). – URL: https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/36282/cg_code.pdf (дата обращения: 25.08.2025).

## 4.2. Основная литература

1. Веснин, В. Р. Менеджмент : учебник для вузов / В. Р. Веснин. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 512 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-16-017215-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Znanium [сайт]. – URL: https://znanium.com/catalog/product/2013152 (дата обращения: 25.08.2025).

2. Теплова, Т. В. Корпоративное управление : учебник для вузов / Т. В. Теплова. – Москва : Юрайт, 2023. – 412 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-02894-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/509876 (дата обращения: 25.08.2025).

3. Мазур, И. И. Корпоративный менеджмент : учебное пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. – Москва : Омега-Л, 2022. – 416 с. – ISBN 978-5-370-04478-6.

4. Грей, К. Управление проектами : практическое руководство / К. Грей, Э. Ларсон ; пер. с англ. – Москва : Дело и Сервис, 2021. – 688 с. – ISBN 978-5-8018-0534-0.

## 4.3. Дополнительная литература

1. Виханский, О. С. Стратегическое управление : учебник для вузов / О. С. Виханский. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Экономистъ, 2022. – 296 с. – ISBN 978-5-98118-297-4.
2. Друкер, П. Ф. Практика менеджмента / П. Ф. Друкер ; пер. с англ. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 416 с. – ISBN 978-5-00146-256-1.
3. Каплан, Р. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон ; пер. с англ. – Москва : Олимп-Бизнес, 2021. – 320 с. – ISBN 978-5-9693-0355-1.
4. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2020. – 454 с. – ISBN 978-5-9614-4683-0.
5. Хасси, Д. Стратегия и планирование / Д. Хасси ; пер. с англ. – Санкт-Петербург : Питер, 2021. – 416 с. – ISBN 978-5-4461-1578-1.
6. Кобелев, О. А. Корпоративное управление в медиаорганизациях / О. А. Кобелев. – Москва : МедиаМир, 2022. – 240 с. – ISBN 978-5-91177-089-7.

## 4.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не предусмотрено

## 4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
Информационно-аналитическая система «Медиалогия» https://www.mlg.ru/
Исследовательская компания Mediascope https://mediascope.net/
Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью (PACO) https://raso.ru/
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/

## 5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям здоровья, при наличии заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

## 6. Методические рекомендации

### 6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Курс «Технологии корпоративного управления для журналистов» строится на синтезе теоретических знаний о системах и процессах управления и практических навыков их применения в профессиональной журналистской деятельности. Преподавателю рекомендуется активно использовать в учебном процессе кейсы реальных российских и зарубежных компаний, в том числе медиаорганизаций, для иллюстрации управленческих концепций и технологий.

Важно акцентировать внимание на профессиональной роли журналиста в контексте корпоративного управления: как журналист может анализировать управленческие стратегии, интерпретировать бизнес-показатели, освещать деятельность руководства, создавать контент, отражающий управленческие процессы. На практических занятиях следует моделировать реальные рабочие ситуации – подготовку аналитической справки о компании, интервью с руководителем, разработку проекта корпоративного медиа с учетом управленческих задач.

Рекомендуется проводить практические занятия с использованием цифровых инструментов управления проектами (Trello, Miro, Jira) для освоения студентами современных технологий планирования и организации работы. Также целесообразно организовывать встречи с представителями управления медиакомпаний, руководителями редакций, менеджерами проектов для обмена практическим опытом.

### 6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины требует активной самостоятельной работы по анализу управленческой информации, чтению специальной литературы, выполнению практических заданий. Для успешного освоения курса рекомендуется регулярно изучать корпоративные документы реальных компаний (уставы, стратегии развития, годовые отчеты), знакомиться с публикациями деловой прессы, анализировать управленческие решения и их коммуникацию для внутренней и внешней аудитории.

При подготовке к семинарским занятиям необходимо не только усваивать теоретический материал, но и применять его к конкретным кейсам, выполнять практические упражнения по стратегическому анализу, проектированию организационных структур, разработке KPI, планированию проектов. Полезно вести терминологический словарь основных понятий корпоративного управления.

Итоговым заданием является индивидуальный или групповой проект по разработке управленческого документа или плана для медиаорганизации – стратегии развития, бизнес-плана, структуры управления, системы KPI, проектного устава или коммуникационного плана освещения управленческой стратегии. Зачет проводится на основе выполнения всех практических заданий, активного участия в семинарских занятиях и успешной защиты итогового проекта.

## 7. Фонд оценочных средств

### 7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка и защита практических заданий по стратегическому анализу компаний, разработке организационных структур, бизнес-процессов, систем KPI,

проектных документов, анализ реальных управленческих кейсов, участие в деловых играх («Управленческий кейс», «Разработка стратегии медиаорганизации»), подготовка аналитических обзоров и итогового проекта.

Форма промежуточной аттестации – зачет, который проводится в форме защиты итогового проекта (разработка управленческого документа или плана для медиаорганизации) и устного собеседования по теоретическим вопросам курса.

Зачет выставляется по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка по двухбалльной шкале («зачтено», «не зачтено»).

## 7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Оценка «зачтено» выставляется, если студент:
– демонстрирует системное понимание основных теорий, моделей и технологий корпоративного управления;
– свободно ориентируется в типах организационных структур, этапах стратегического планирования, методах принятия управленческих решений;
– владеет навыками анализа управленческой информации и подготовки аналитических материалов;
– умеет применять инструменты стратегического анализа (SWOT, PESTEL, Портер) и проектного управления на практике;
– активно участвовал в семинарских занятиях, выполнил все практические задания и подготовил качественный итоговый проект, демонстрирующий понимание роли журналиста в управленческих процессах;
– уверенно отвечает на вопросы по теоретическому материалу курса.

Оценка «не зачтено» выставляется, если студент:
– не знает основных теоретических положений курса, путается в базовых понятиях и моделях управления;
– не понимает сущности и функций корпоративного управления, не может охарактеризовать организационные структуры и процессы принятия решений;
– не владеет навыками стратегического анализа и проектной работы;
– не участвовал в практических занятиях, не выполнил практические задания и не подготовил итоговый проект;
– не может дать развернутые ответы на вопросы экзаменационного собеседования.

## 7.3. Оценочные средства

7.3.1. Вопросы для текущего контроля и промежуточной аттестации (зачета)

1. Корпоративное управление: понятие, цели, задачи, функции.
2. Принципы корпоративного управления: транспарентность, подотчетность, справедливость, ответственность.
3. Модели корпоративного управления: англо-американская, германская, японская, российская.
4. Кодекс корпоративного управления: структура, содержание, значение.
5. Организационные структуры управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная.
6. Дивизиональная, матричная и проектная организационные структуры: преимущества и недостатки.

7. Сетевые структуры управления: особенности и сферы применения.
8. Органы управления акционерным обществом: общее собрание, совет директоров, исполнительные органы.
9. Стратегическое управление: сущность, этапы, инструменты.
10. Миссия и видение организации: понятие, разработка, коммуникация.
11. Целеполагание в управлении: принципы SMART, дерево целей.
12. Виды стратегий организации: корпоративные, конкурентные, функциональные.
13. PESTEL-анализ как инструмент стратегического анализа внешней среды.
14. Пять сил Портера: анализ конкурентной среды отрасли.
15. SWOT-анализ: структура, применение, интерпретация результатов.
16. Бизнес-модели и стратегические карты: подходы и использование.
17. Операционное управление: сущность, задачи, функции.
18. Управление бизнес-процессами: стандартизация, регламентация, оптимизация.
19. Инструменты операционного управления: регламенты, стандарты, инструкции.
20. Проектное управление: понятие проекта, фазы жизненного цикла.
21. Методологии управления проектами: Agile, Scrum, Kanban, Waterfall.
22. Формирование проектной команды и управление рисками в проекте.
23. Цифровые инструменты управления проектами (Trello, Jira, Asana, Miro).
24. Управленческое решение: понятие, типология, этапы разработки.
25. Методы принятия управленческих решений: экспертные, математические, эвристические.
26. Технологии группового принятия решений (мозговой штурм, метод Дельфи, дерево решений).
27. Коммуникация управленческих решений в организации.
28. Управление эффективностью: понятие, цели, подходы.
29. Ключевые показатели эффективности (KPI) и их разработка.
30. Сбалансированная система показателей (BSC): структура и применение.
31. Методы контроля в управлении: предварительный, текущий, заключительный.
32. Управленческая отчетность: виды, структура, назначение.
33. Внутренний и внешний аудит в корпоративном управлении.
34. Корпоративная социальная отчетность и ESG-индикаторы.
35. Цифровая трансформация корпоративного управления: ERP, CRM, ECM-системы.
36. Искусственный интеллект и большие данные в управлении.
37. Управление в условиях удаленной и гибридной работы: вызовы и инструменты.
38. Роль журналиста в освещении управленческих процессов.
39. Этические аспекты освещения деятельности руководства и управленческих решений.
40. Стратегии развития медиаорганизаций: специфика и современные тренды.
41. Бизнес-планирование в медиа: структура и содержание бизнес-плана.
42. Роль корпоративных медиа в реализации управленческих стратегий и целей.
43. Управление талантами в медиаорганизации: подходы и инструменты.
44. Информационная безопасность в корпоративном управлении и работе журналиста.
45. Будущие тренды корпоративного управления и их отражение в медиа.

7.3.2. Темы индивидуальных / групповых творческих заданий

Индивидуальные задания

1. Анализ организационной структуры управления конкретной медиаорганизации (по открытым источникам).
2. Разработка миссии, видения и стратегических целей для гипотетической медиакомпании.

3. Проведение SWOT-анализа действующей медиаорганизации и разработка стратегических рекомендаций.
4. Разработка системы KPI для отдела корпоративных коммуникаций или редакции.
5. Подготовка аналитического обзора годового отчета публичной компании с акцентом на управленческие аспекты.
6. Разработка проектного устава для корпоративного медиа-проекта.
7. Составление бизнес-плана запуска корпоративного медиа (газета, портал, подкаст).
8. Интервью с руководителем организации или редакции на тему стратегии и управления.
9. Анализ управленческой стратегии компании на основе открытых источников (сайт, отчеты, публикации в СМИ).
10. Разработка плана мероприятий по внедрению цифровых инструментов управления в редакции.

Групповые задания

1. «Разработка стратегии развития медиаорганизации». Провести стратегический анализ медиаорганизации (по выбору), включая PESTEL, SWOT, анализ конкурентов, разработать стратегию развития на 3–5 лет, определить цели, задачи, KPI и план мероприятий. Подготовить презентацию и защитить проект.
2. «Управленческий кейс: принятие решения». Смоделировать ситуацию управленческого решения в медиаорганизации (например, запуск нового продукта, сокращение бюджета, выход на новый рынок). Разработать альтернативы, выбрать оптимальное решение, обосновать его, разработать план коммуникации решения для сотрудников и внешней аудитории.
3. «Разработка организационной структуры для нового медиапроекта». Определить цели и задачи нового корпоративного медиа (например, внутрикорпоративный портал для крупной компании). Разработать организационную структуру редакции, распределить функции и ответственность, предложить систему управления и контроля.
4. «Проектное управление в корпоративных медиа». Разработать проект по запуску корпоративного медиа или коммуникационной кампании. Включить: проектный устав, план-график работ (диаграмма Ганта), бюджет, оценку рисков, команду проекта, систему отчетности.
5. «Освещение управленческой стратегии: медиаплан и контент-стратегия». Разработать концепцию и медиаплан для освещения стратегических целей и управленческих решений компании в корпоративных медиа. Включить: тематические направления, форматы контента, каналы коммуникации, ключевые сообщения, KPI эффективности.