

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра Менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лавров А.Ю.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.25.Коммуникационный менеджмент

на 180 часа(ов), 5 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
(для набора 2020)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Дать обучающимся основополагающие знания в области коммуникационного менеджмента, способствовать приобретению умений и навыков стратегического планирования и оперативного управления коммуникациями в коммуникационном менеджменте организации

Задачи изучения дисциплины:

- 1) вооружить будущих специалистов практическими навыками в сфере коммуникационного менеджмента;
- 2) привить им навыки по использованию методов социального анализа в коммуникационном менеджменте

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу, базовой части (Б. 1. Б. 25).

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы), 180 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
Общая трудоемкость	180	
Аудиторные занятия, в т.ч.	0	
лекционные (ЛК)	0	
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	
лабораторные (ЛР)	0	
Самостоятельная работа студентов (СРС)	0	
Форма промежуточной аттестации в семестре	0	
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
Общая трудоемкость	180	

Аудиторные занятия, в т.ч.	0
лекционные (ЛК)	0
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0
лабораторные (ЛР)	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	0
Форма промежуточной аттестации в семестре	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)	

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения

Знать	Пороговый:
	Стандартный:
	Эталонный:
Уметь	Пороговый:
	Стандартный:
	Эталонный:
Владеть	Пороговый:
	Стандартный:
	Эталонный:

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1.1	Концептуальные основы коммуникационного менеджмента. Коммуникационные потоки. Мультикультурная интеграция и коммуникационная практика. Основы планирования в коммуникационном менеджменте. Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента	48	12	12		24
2	2.1	Методы исследования в коммуникационном менеджменте.	32	8	8		16
3		Коммуникационный менеджмент в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях.	32	8	8		16
4		Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях и в международной деятельности.	32	8	8		16
Итого			144	36	36	0	72

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1		Концептуальные основы коммуникационного менеджмента. Коммуникационные потоки. Мультикультурная интеграция и коммуникационная практика. Основы планирования в коммуникационном менеджменте. Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента.	38	4	2		32
2		Методы исследования в коммуникационном менеджменте.	36	2	2		32
3		Коммуникационный менеджмент в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях	36	2	2		32
4		Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях и в международной деятельности.	36	2	2		32
Итого			146	10	8	0	128

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1.1	Коммуникации (авторские определения). Коммуникации в различных науках. Коммуникации и общение. Коммуникации и информация. Модели коммуникационного процесса. Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников. Структура коммуникационного менеджмента. Объект и предмет коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационного менеджмента. Направления коммуникационного менеджмента. Функции коммуникационного менеджмента. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации. Типологические модели коммуникационного менеджмента и их социальная природа. Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте

2	2.1	Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью. Проблемы количественной и качественной репрезентации. Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросо
3		Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе. Отношения с клиентами, конкурентами, инвесторами и общиной. Отношения с персоналом. Связи с государственными институтами. Лоббизм. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике. Коммуникационный менеджмента во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство. Структура отдела корпоративной коммуникации. Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Пресс-служба Президента РФ.
4		Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1		Коммуникации (авторские определения). Коммуникации в различных науках. Коммуникации и общение. Коммуникации и информация. Модели коммуникационного процесса. Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников. Структура коммуникационного менеджмента. Объект и предмет коммуникационного менеджмента.
2		Принципы составления программы коммуникологического исследования.
3		Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе. Отношения с клиентами, конкурентами, инвесторами и общиной. Отношения с персоналом

4		Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями.
---	--	---

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1.1	Коммуникационная программа как основа планирования . Определение проблем, разработка концепции и постановка целей. Понятие ключевых аудиторий. Принципы планирования информационной кампании: определение целей, выбор аудитории и средств коммуникации. Принципы планирования времени. Организация событий. Бюджет кампании. Контроль за ходом кампании и оценка результатов. Обратная связь. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте, системный подход и моделирование ситуации
2	2.1	Компьютерные программы обработки социальной информации. Особенности хранения и обработки управленческой информации. Принципы коммуникационного аудита.
3		Особенности коммуникационного менеджмента во внешнеполитических ведомствах. Структура и направления работы департамента печати и информации МИД РФ. Организация пресс-центра МИД РФ. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти, на уровне органов местного самоуправления. Взаимодействие депутата с избирателями. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций. Политический и социальный маркетинг
4		Интернет как новая коммуникативная среда. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах. Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств.

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
--------	---------------	--

1		Задачи коммуникационного менеджмента. Направления коммуникационного менеджмента. Функции коммуникационного менеджмента. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации
2		Компьютерные программы обработки социальной информации. Особенности хранения и обработки управленческой информа
3		Особенности коммуникационного менеджмента во внешнеполитических ведомствах. Структура и направления работы департамента печати и информации МИД РФ.
4		Интернет как новая коммуникативная среда. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах. Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1.1	Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации. Типологические модели коммуникационного менеджмента и их социальная природа. Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.
2	2.1	Принципы составления программы коммуникологического исследования. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.

3		Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство. Структура отдела корпоративной коммуникации. Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере. Функции и организация информационных служб при правительственных органах.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.
4		Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1		Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации. Типологические модели коммуникационного менеджмента и их социальная природа. Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.
2		Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью. Проблемы количественной и качественной репрезентации. Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросов. Принципы коммуникационного аудита	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.

3		Связи с государственными институтами. Лоббизм. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике. Коммуникационный менеджмента во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство. Структура отдела корпоративной коммуникации. Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Пресс-служба Президента РФ. Организация пресс-центра МИД РФ. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти, на уровне органов местного самоуправления. Взаимодействие депутата с избирателями. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций. Политический и социальный маркетинг.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.
4		Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1.1	Лекционное занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	12
2	2.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	8
3	3.1	Лекционное занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	8
4	4.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	8

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления / Т. Ю. Анопченко [и др.]. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. - 380 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-222-17145-5 : 449-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 295 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00950-7. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/5A1FE4EC-D425-4A36-996B-3F7C12779529> – Загл. с экрана.
2. Коноваленко, Валерий Адольфович. Основы интегрированных коммуникаций : Учебник и практикум / Коноваленко Валерий Адольфович; Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 486. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3719-0 : 144.14.
3. Домнин, Владимир Николаевич. Брендинг : Учебник и практикум / Домнин Владимир Николаевич; Домнин В.Н. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 411. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-02980-2 : 153.97.
4. Ачкасова, Вера Алексеевна. Связи с общественностью как социальная инженерия : Учебник / Ачкасова Вера Алексеевна; Ачкасова В.А. - отв. ред., Володина Л.В. - отв. ред. - 2-е изд. - М. : Издательств

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Маркони, Джо. PR: полное руководство / Маркони Джо; пер. с англ. Д.Р. Геренава, Ю.П. Леоновой; под ред. Б.Л. Еремина. – Москва : Вершина, 2007. – 256 с. : ил. – ISBN 0-324-20304-7 : 366-00

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Связи с общественностью [Текст] : : учебное пособие для вузов / Ф. С. Эркенова [и др.]; [С. А. Шомова и др.]; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 198 с. : ил. - Авт. указаны на обороте тит. л. - Библиогр.: с. 197-198. - ISBN 978-5-7567-0598-0

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы: 672039, г. Чита, ул. Петровско-Заводская, 46а, ауд. 07-218. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования

(выполнения

курсовых

работ),

групповых

и

индивидуальных

консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы:

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая. Мультимедийное оборудование (переносное): ноутбук, проектор, экран.

Наименование: 672039, г. Чита, ул. Петровско-Заводская, 46а, ауд. 07-309. Кабинет для самостоятельной работы и курсового проектирования (выполнения курсовых работ).

Оснащенность: Комплект специальной учебной мебели. ПК – 1 шт. Доступ к сети

Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Наименование:

672039,

г.

Чита,

ул.

Петровско-Заводская,

46а,

ауд.

07-310.

Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной работы.

Оснащенность: Комплект специальной учебной мебели. ПК – 12 шт. (в т.ч.

преподавательский). Доска аудиторная маркерная. Мультимедийное оборудование

(переносное): ноутбук, проектор, экран. Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организаци

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Общие методические рекомендации по изучению дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных

и

сущностных

аспектов,

отвечающим

современным

научным

концепциям и подходам.

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине

выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного

освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех лекционных и практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;
- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Разработчик/группа разработчиков: А.В. Филимонов, доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2020 г. № 1)**