

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ
АВИАЦИИ»

Кафедра философии и социальных коммуникаций

КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета
Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Санкт - Петербург
2017

Одобрено и рекомендовано к изданию
Учебно-методическим советом Университета

Мухортова В.Н. **Коммуникационный менеджмент**: учебно-методическое пособие [Текст] /
В.Н. Мухортова – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2017. – 12 с.

Рецензенты: М.Н. Майор, кандидат философских наук, доцент
С.Я. Ягубова, кандидат философских наук, доцент

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Коммуникационный менеджмент», ставит своей задачей оказание помощи студентам дневного обучения в организации их самостоятельной работы, а также содержит ряд требований, предъявляемых к студентам, изучающим данную дисциплину. Учебный процесс на дневном отделении включает лекции, практические занятия и сдачу дифференцированного зачета.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов дневной формы обучения ФГБОУ ВО СПбГУ ГА.

© Мухортова В.Н. текст, 2017

© Изд-во «КультИнформПресс», 2017

Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является получение знаний о теоретических основах коммуникационного менеджмента и формирование представлений о сфере организационных коммуникаций.

Задачами освоения дисциплины являются:

- определить сущность коммуникационного менеджмента, сферу его применения;
- изучить процесс управления внешними и внутренними коммуникациями;
- изучить методы психологического воздействия в межличностной и массовой коммуникации;
- обозначить факторы повышения эффективности коммуникационного менеджмента;
- изучить методы и формы социально-психологических исследований, применяемых в коммуникационном менеджменте.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- техники мотивирования сотрудников на активную деятельность и развитие организации;
- сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе;

- основные принципы организационно-управленческой деятельности в комплексе коммуникационных кампаний и мероприятий.

Уметь:

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных программ;
- проводить мероприятия по повышению имиджа организации;
- принимать организационно-управленческие решения в нестандартных коммуникационных ситуациях.

Владеть:

- методами поддержки и контроля благоприятного психологического климата в коллективе;
- навыками соблюдения основных требований информационной безопасности;
- навыками работы по повышению коммуникационной квалификации сотрудников.

Обеспечение учебного процесса литературой осуществляется при посредстве учебных пособий:

1. Гавра, Д. П. **Основы теории коммуникации** : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01025-1.
2. 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.
3. Емельянов, С. М. **Теория и практика связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3.
4. Чернышова, Л. И. **Этика, культура и этикет делового общения** : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-

- организации.
- 7 Определение понятия «кризис». Типология кризисных ситуаций
 - 8 Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе
 - 9 Структура отдела корпоративной коммуникации.
 - 10 Управление политическим и социальным маркетингом
 - 11 Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях
 - 12 Функции и организация информационных служб при правительственных органах.
 - 13 Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти, на уровне органов местного самоуправления.
 - 14 Коммуникационный менеджмент в международной деятельности.
 - 15 Взаимодействие депутата с избирателями. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.
 - 16 Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.
 - 17 Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах.
 - 18 Интернет как новая коммуникативная среда.
 - 19 Транснациональные коммуникационные агентства.
 - 20 Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств.

5-534-02406-7.

5. Кольшклина, Т. Б. **Деловая культура** : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5.
6. Спивак, В. А. **Деловая этика** : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0.

ПРОГРАММА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

Раздел 1 Понятие коммуникационного менеджмента

Определение основных понятий коммуникационного менеджмента. Объект, предмет коммуникационного менеджмента. Сфера его применения. Сущность и значение информации в развитии коммуникационного пространства современного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, основные требования информационной безопасности; виды организационно-управленческих решений в нестандартных коммуникационных ситуациях. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявления альтернатив по решению целей; стратегическое планирование; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль результатов; сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов. Формирование бюджета, оценка эффективности и результата.

Раздел 2 Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом

Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров и их адаптации; повышении квалификации; продвижении по службе; увольнении сотрудников. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

Раздел 3 Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях

Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах. Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями в организации.

Раздел 4 Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе

Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления. Функции коммуникационного менеджмента в коммерческом секторе. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике. Структура отдела корпоративной коммуникации.

Раздел 5 Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях

Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Пресс-служба Президента РФ. 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.

Раздел 6 Коммуникационный менеджмент в международной деятельности

Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Интернет как новая коммуникативная среда. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах. Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Предлагаются типовые планы практических занятий по шести разделам программы курса. После каждого раздела дается список литературы.

Раздел 1.

2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01025-1.

2. 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.
3. Емельянов, С. М. **Теория и практика связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3.

Дополнительная литература

1. Чернышова, Л. И. **Этика, культура и этикет делового общения** : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02406-7.
2. Кольшкшина, Т. Б. **Деловая культура** : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшкшина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5.
3. Спивак, В. А. **Деловая этика** : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0.

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации

- 1 Сфера применения коммуникационного менеджмента. Характеристика основных участников коммуникационного менеджмента.
- 2 Коммуникационный менеджмент как процесс
- 3 Коммуникационный менеджмент в управлении персоналом
- 4 Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
- 5 Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях.
- 6 Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями в

6. Использование проективных техник для изучения целевых аудиторий.

Основная литература

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.
2. Емельянов, С. М. **Теория и практика связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3.

Дополнительная литература

1. Кольшкшина, Т. Б. **Деловая культура** : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшкшина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5.
2. Спивак, В. А. **Деловая этика** : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0.

Раздел 6.

Вопросы

1. Характеристика метода «SWOT- анализ»
2. ATL и BTL технологии
3. Репутация и имидж: разграничить понятия
4. Специальные мероприятия: краткая характеристика.
5. Виды коммуникационных потоков в организации.

Основная литература

1. Гавра, Д. П. **Основы теории коммуникации** : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт,

Вопросы

1. Определение понятий: понятий «коммуникация», «менеджмент», «связи с общественностью», «интегрированные коммуникации», «интегрированные маркетинговые коммуникации»
2. Основные теории коммуникации.
3. Пропаганда как разновидность коммуникативной технологии.

Основная литература

- Гавра, Д. П. **Основы теории коммуникации** : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01025-1.

Дополнительная литература

1. Чернышова, Л. И. **Этика, культура и этикет делового общения** : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02406-7.
2. Спивак, В. А. **Деловая этика** : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0.

Раздел 2.

Вопросы

1. Основные положения теории PR по Айви Ли.
2. Общепризнанные в сфере управления коммуникациями идеи Э. Бернайса и С. Блэка.
3. Характеристика 4 моделей публич рилейшнз (Дж. Грюниг и Т. Хант).
4. Ситуационная модель управления коммуникациями. Условия и области применения.

Основная литература

1. Гавра, Д. П. **Основы теории коммуникации** : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-

01025-1.

2. Емельянов, С. М. **Теория и практика связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3.

Дополнительная литература

Кольшкшина, Т. Б. **Деловая культура** : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшкшина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5.

Раздел 3.

Вопросы

1. Определение понятий: «социальный стереотип», «общественное мнение».
2. Определение понятий: «социальная мобильность», «социальный статус».
3. Основные черты социальной мобильности индивида на современном этапе.
4. Социальный статус индивида и социальный статус территории: взаимозависимость.

Основная литература

1. Гавра, Д. П. **Основы теории коммуникации** : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01025-1.
2. Емельянов, С. М. **Теория и практика связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3.

Дополнительная литература

Кольшкшина, Т. Б. **Деловая культура** : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшкшина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5.

Раздел 4.

Вопросы

1. Виртуализации рынка товаров и услуг: основные тенденции.
2. Профессиональные компетенции специалиста по маркетингу, PR-специалиста, бренд-менеджера: разграничить.
3. Определение понятия « интегрированные маркетинговые коммуникации».
4. Определение понятия « коммуникационный менеджмент».

Основная литература

Емельянов, С. М. **Теория и практика связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3.

Дополнительная литература

1. Чернышова, Л. И. **Этика, культура и этикет делового общения** : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02406-7.
2. Кольшкшина, Т. Б. **Деловая культура** : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшкшина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5.
3. Спивак, В. А. **Деловая этика** : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0.

Раздел 5.

Вопросы

1. Основные направления PR услуг на российском и мировом рынках.
2. Основные причины спроса на PRуслуги и услуги бренд-менеджера.
3. Социологические методы получения первичной информации.
4. Маркетинговые методы изучения целевых аудиторий.
5. Количественные и качественные методы получения информации: разграничить.