

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)**

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по
учебной работе

Н.Н. Сухих

« 14 » февраля 2018 года



Рабочая программа дисциплины

КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)

Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника
(бакалавр)

Форма обучения - очная

Санкт-Петербург
2018

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

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.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Коммуникационный менеджмент» входит в Базовую часть Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина (модуль) «Коммуникационный менеджмент» базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: «Основы менеджмента», «Социальная психология».

Дисциплина (модуль) является обеспечивающей для дисциплин:

Современная пресс-служба, Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, Организация и проведение

коммуникационной кампании, Технологии антикризисных связей с общественностью, репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техники мотивирования сотрудников на активную деятельность и развитие организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных программ. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами поддержки и контроля благоприятного психологического климата в коллективе.
<p>Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить мероприятия по повышению имиджа организации.

коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ПК-6)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками соблюдения основных требований информационной безопасности.
Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организационно-управленческой деятельности в комплексе коммуникационных кампаний и мероприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать организационно-управленческие решения в нестандартных коммуникационных ситуациях <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы по повышению коммуникационной квалификации сотрудников.

4 Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестр
		6
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа:	96,5	96,5
лекции	48	48

Наименование	Всего часов	Семестр
		6
практические занятия	48	48
семинары		
лабораторные работы		
курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа студента	39	39
Промежуточная аттестация	9	9
Контактная работа	0,5	0,5
Самостоятельная работа по подготовке к зачету с оценкой	8,5	8,5

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы, разделы дисциплины (модуля)	Количество часов	КОМПЕТЕНЦИИ		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-4	ПК-6		
Раздел 1 Понятие коммуникационного менеджмента	24	+	+	Л, ПЗ, СРС, ВК	У
Раздел 2 Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	24	+	+	Л, ПЗ, СРС	У

Темы, разделы дисциплины (модуля)	Количество часов	КОМПЕТЕНЦИИ		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-4	ПК-6		
Раздел 3 Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	21	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Раздел 4 Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе	22	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Раздел 5 Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	22	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Раздел 6 Коммуникационный менеджмент в международной деятельности.	22	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Итого по дисциплине	135				
Промежуточная аттестация	9				
Всего по дисциплине (модулю)	144				

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Раздел 1 Понятие коммуникационного менеджмента	8	8			8		24
Раздел 2 Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	8	8			8		24
Раздел 3 Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	8	8			5		21
Раздел 4 Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе	8	8			6		22
Раздел 5 Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	8	8			6		22
Раздел 6 Коммуникационный менеджмент в международной деятельности.	8	8			6		22
Итого за семестр	48	48			39		135
Промежуточная аттестация							9
Всего по дисциплине (модулю)							144

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

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.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер раздела дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
	5 семестр	
Раздел 1	Практическое занятие №1. Коммуникационный менеджмент как процесс	8
Раздел 2	Практическое занятие №2. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	8
Раздел 3	Практическое занятие №3. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	8
Раздел 4	Практическое занятие №4. Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе	8
Раздел 5	Практическое занятие №5. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	8
	Итого за семестр	48
	Итого по дисциплине (модулю)	48

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер раздела дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкос- ть (часы)
Раздел 1	<p>Письменная работа:</p> <p>Вариант 1. Ответить на контрольные вопросы</p> <p>Назвать основные теоретические концепции теории менеджмента, которые получили развитие и реализацию в XX веке.</p> <p>Раскрыть содержание и основные отличия современных концепций менеджмента от классических теорий.</p> <p>Выявить основные отличия коммуникационного менеджмента от других видов – организационного, инновационного и стратегического менеджмента.</p> <p>Вариант 2. Ответить на вопрос: «Какое из понятий более общее?»:</p> <p>а) коммуникационная политика</p> <p>б) коммуникационный менеджмент.</p> <p>[1]</p>	8
Раздел 2	<p>1. Составление структурной схемы «элементы корпоративной культуры».</p> <p>2. Письменная работа: составьте кодекс правил, которыми обязательно должны будут руководствоваться ваши сотрудники в своей деятельности. По какому принципу будет составлен этот кодекс? [2]</p>	8

Номер раздела дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкос ть (часы)
Раздел 3	<p>Составление структурной схемы «коммуникационный менеджмент как процесс»[3]</p> <p>Решение ситуационных задач по теме «Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях»</p>	5
Раздел 4	<p>1.Решение ситуационных задач по теме «продавец — клиент (потребитель)».</p> <p>2. Составить «коммерческое предложение».</p> <p>3.Письменная работа: Одним из направлений корпоративных коммуникаций является взаимодействие с потребителями. Ответьте на вопросы: Почему важно правильно реагировать на замечания потребителей? Всегда ли следует отвечать на жалобы потребителя? А как отвечать, если отвечать? Прочтите письмо клиента (Приложение 1). Составьте на него ответ. [1]</p>	6
Раздел 5	<p>Подготовить устное выступление и электронную презентацию по теме (на выбор):</p> <p>1. Управление коммуникациями некоммерческой организации</p>	6

Номер раздела дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	2. Имидж некоммерческой организации[2,3]	
Раздел 6	1.Подготовить презентацию по теме: «Коммуникационный менеджмент в международной деятельности». Устное выступление и электронная презентация. 2.Подготовиться к обсуждению темы: «Плюсы и минусы глобализации для работы PR служб». [3]	6
	Итого за семестр	39
	Итого по дисциплине (модулю)	39

5.7 Курсовые работы (проекты)

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) 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. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D33B5A6A-CBDA-420A-A17C-E1F5179DBB3A.
- 2 Сальникова, Л. С. **Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии**: учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт,

2018. — 305 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/13A2EAA5-0539-4FDC-94B4-028B5EC2AB22.

- 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. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/0886922F-437B-46A7-9A37-6C323D46D401.

б) дополнительная литература

- 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 978-5-534-02406-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D055226B-BE86-452A-AA42-B108ADC5FF11.
- 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. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D3AE29C8-6159-4A0B-9481-FC79FE64630E.
- 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. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3888811F-9F1C-43C0-A4E2-4D0449841260.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- 7 Журнал «Советник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.SOVETNIK.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
 - 8 Журнал «Сообщение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.soob.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
 - 9 Журнал PR-Week [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.prweek.com/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
 - 10 International Association of Business Communicators [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iabc.com>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
 - 11 Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
- 12 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
 - 13 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
 - 14 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
 - 15 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

16 **Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс]** —

Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Коммуникационн ый менеджмент	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 professional, Microsoft Windows office professional plus 2007, Acrobat professional 9 Windows International, al,Kasperskiy Anti-Virus Suite для WKS и FS, Abbyy Fine Reader 10 Corporate Editional
---------------------------------	------------------------------	---	--

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия и самостоятельная работа студента.

Входной контроль проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин «Основы менеджмента»,

«Социальная психология».

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив дисциплины «Коммуникационный менеджмент» в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных вопросах, стимулируется познавательная деятельность студентов.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в программе PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы и научная публицистика.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки дисциплины. Практическое занятие предназначено для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий и подготовка ответов на вопросы.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения

дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств дисциплины представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме зачета. Фонд оценочных средств дисциплины «Коммуникационный менеджмент» включает устные опросы.

Устный опрос проводится на практических занятиях в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде дифференцированного зачета в 6 семестре. Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на занятиях, посещаемость занятий, оценки за практические работы, устные доклады и выполнение самостоятельных заданий.

Дифференцированный зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет с оценкой предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов по курсу. К моменту сдачи дифференцированного зачета должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

6 семестр

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядков ый номер недели с начала семестра)	Прим ечани е
	минимальн ое значение	макси- мальное значение		
Лекция 1				
Практическое занятие 1	1	2		
Лекция 2				
Практическое занятие 2	1	2		
Лекция 3				
Практическое занятие 3	1	2		
Лекция 4	1	1		
Практическое занятие 4	1	2		
Лекция 5	1	1		
Практическое занятие 5	1	2		
Лекция 6	1	1		
Практическое занятие 6	1	2		
Лекция 7	1	1		
Практическое занятие 7	1	2		
Лекция 8	1	1		
Практическое занятие 8	1	2		
Лекция 9	1	1		
Практическое занятие 9	1	2		
Лекция 10	1	1		
Практическое занятие 10	1	2		
Лекция 11	1	1		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядков ый номер недели с начала семестра)	Прим ечани е
	минимальн ое значение	макси- мальное значение		
Практическое занятие 11	1	2		
Лекция 12	1	1		
Практическое занятие 12	1	2		
Лекция 13	1	1		
Практическое занятие 13	1	2		
Лекция 14	1	1		
Практическое занятие 14	1	2		
Лекция 15	1	1		
Практическое занятие 15	1	2		
Лекция 16	1	1		
Практическое занятие 16	1	2		
Лекция 17	1	1		
Практическое занятие 17	1	2		
Лекция 18	1	1		
Практическое занятие 18	1	2		
Лекция 19	1	1		
Практическое занятие 19	1	2		
Лекция 20	1	1		
Практическое занятие 20	1	2		
Лекция 21	1	1		
Практическое занятие 21	1	2		
Лекция 22	1	1		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту демонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядков ый номер недели с начала семестра)	Прим ечани е
	минималън ое значение	макси- мальное значение		
Практическое занятие 22	1	2		
Лекция 23	1	1		
Практическое занятие 23	1	2		
Лекция 24	1	1		
Практическое занятие 24	1	3		
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет с оценкой	15	30		
Итого по дисциплине	60	100		
Премияльные виды деятельности (для учета при определении рейтинга)				
Участие в конференции по теме дисциплины		5		
Научная публикация по теме дисциплины		5		
Ведение конспектов лекционных и практических занятий.		5		
Своевременное выполнение домашних заданий		5		
Итого дополнительно		20		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядков ый номер недели с начала семестра)	Прим ечани е
	минималън ое значение	макси- мальное значение		
премиальных баллов				
Всего по дисциплине для рейтинга		120		
Перевод баллов балльно- рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академиче ской» шкале)			
90 и более	5 – «отлично»			
70÷89	4 – «хорошо»			
60÷69	3 – «удовлетво рительно»			
менее 60	– «неудовлетв орительно»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Коммуникационный менеджмент» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем практических занятий;
- тестирование.

По итогам освоения дисциплины проводится аттестация обучающихся в форме дифференцированного зачета.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ, проведение консультаций и пр.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- оценка письменных заданий (аудиторных работ);
- оценка прохождения теста.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Коммуникационный менеджмент» предусмотрен дифференцированный зачет. Для допуска к нему необходимо предоставить все письменные работы, выполняемые в течение семестра.

Дифференцированный зачет проводится в форме устного ответа на 2 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Основы менеджмента

- 1 Модели поведения менеджера, осуществляющего изменения.
- 2 Менеджмент, его цели, виды, принципы и методы.
- 3 Охарактеризуйте подходы в менеджменте: процессный, системный и ситуационный.
- 4 Общие и связующие функции менеджмента.
- 5 Показатели эффективности менеджмента.
- 6 Субъекты и объекты менеджмента.
- 7 Охарактеризуйте классическую школу менеджмента и вклад ее представителей в науку управления.

Социальная психология

- 1 Межличностная аттракция, факторы ее формирования.
- 2 Теория межличностных отношений как обмена.
- 3 Понятие и функции малой группы.
- 4 Ролевая теория структуры малой группы.
- 5 Сплоченность и продуктивность малой группы. Факторы повышения сплоченности группы.

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

<p>Формулировка осваиваемой части компетенции</p>	<p>Этапы формирования компетенции</p>	<p>Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)</p>	<p>Критерии (как (чем) оценивается способность)</p>
<p>Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4) Способность решать стандартные задачи профессиона</p>	<p>Знать: - техники мотивирования сотрудников на активную деятельность и развитие организации. Уметь: - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и</p>	<p>Базовый уровень: Имеет представление об объекте и предмете дисциплины Профессиональный уровень: Имеет устойчивые, системные знания по изучаемой</p>	<p>Знает основные понятия и категории коммуникационного менеджмента. Логически последовательно, взаимосвязанно и правильно структурированно излагает учебный материал. Умеет устанавливать и проследить причинно- следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь. Знает базовые определения коммуникационного менеджмента.</p>

<p>льной деятельност и на основе информацио нной и библиографи ческой культуры с применение м информацио нно- коммуникац ионных технологий и с учетом основных требований информацио нной безопасност и (ПК-6)</p>	<p>реализации коммуникационн ых программ. Владеть - методами поддержки и контроля благоприятного психологическог о климата в коллективе. Знать: - сущность и значение информации в развитии современного информационног о общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе. Уметь: - проводить мероприятия по повышению имиджа</p>	<p>дисциплине</p>	<p>Способен провести анализ кейса по дисциплине. Способен провести ситуационный анализ коммуникационного взаимодействия в организации Обладает умением деловой коммуникации в рамках управления организационными процессами в компании. Знает основные правила принятия решений при подготовке коммуникационных кампаний.</p>
--	---	-------------------	---

<p>Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)</p>	<p>организации.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками соблюдения основных требований информационно й безопасности. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организационно-управленческой деятельности в комплексе коммуникационн ых кампаний и мероприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать организационно-управленческие решения в нестандартных коммуникационн ых ситуациях <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками 		
---	---	--	--

	работы по повышению коммуникационн ой квалификации сотрудников.		
--	--	--	--

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за зачет с оценкой – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет с оценкой сдан») – 15 баллов.

2. При наборе менее 15 баллов – зачет с оценкой не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета и за решение задачи.

4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– 1 балл: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– 2 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– 3 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– 4 балла: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– 5 баллов: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– 6 баллов: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

– 7 баллов: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– 8 баллов: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– 9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– 10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Вопросы для устного опроса к разделу 1

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

Вопросы для устного опроса к разделу 2

- 4 Основные положения теории PR по Айви Ли.
- 5 Общеизвестные в сфере управления коммуникациями идеи Э. Бернейса и С. Блэка.
- 6 Характеристика 4 моделей публичных отношений (Дж. Грюниг и Т. Хант).
- 7 Ситуационная модель управления коммуникациями. Условия и области применения.

Вопросы для устного опроса к разделу 3

- 8 Определение понятий: «социальный стереотип», «общественное мнение».
- 9 Определение понятий: «социальная мобильность», «социальный статус».
- 10 Основные черты социальной мобильности индивида на современном

этапе.

- 11 Социальный статус индивида и социальный статус территории: взаимозависимость.

Вопросы для устного опроса к разделу 4

- 12 Виртуализации рынка товаров и услуг: основные тенденции.
- 13 Профессиональные компетенции специалиста по маркетингу, PR-специалиста, бренд-менеджера: разграничить.
- 14 Определение понятия «интегрированные маркетинговые коммуникации».
- 15 Определение понятия «коммуникационный менеджмент».

Вопросы для устного опроса к разделу 5

- 16 Основные направления PR услуг на российском и мировом рынках.
- 17 Основные причины спроса на PR-услуги и услуги бренд-менеджера.
- 18 Социологические методы получения первичной информации.
- 19 Маркетинговые методы изучения целевых аудиторий.
- 20 Количественные и качественные методы получения информации: разграничить.
- 21 Использование проективных техник для изучения целевых аудиторий.

Вопросы для устного опроса к разделу 6

- 22 Характеристика метода «SWOT-анализ»
- 23 ATL и BTL технологии
- 24 Репутация и имидж: разграничить понятия
- 25 Специальные мероприятия: краткая характеристика.
- 26 Виды коммуникационных потоков в организации.

Примерный перечень вопросов к зачету с оценкой для проведения промежуточного контроля по дисциплине

- 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 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.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;

особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;

- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрикации материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного

изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;
- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению

обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

–подготовку докладов

- подготовку к письменной аудиторной работе

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «30» января 2018 года, протокол № 6 .

Разработчики:



Мухортова В.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент

Майор М. Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент

Майор М. Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «14» февраля 2018 года, протокол №5.