



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

УТВЕРЖДАЮ



/ Ю.Ю. Михальчевский

2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникационный менеджмент

Направление подготовки (специальность)

25.03.03 Аэронавигация

Направленность программы (профиль, специализация)

Организация авиационной безопасности

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2021

1 Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является обучение студентов пониманию базовых теоретических основ управления коммуникациями и формирование соответствующих практических навыков.

Задачами освоения дисциплины являются:

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

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к части дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в результате обучения по дисциплинам: «Русский язык и культура общения».

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» является обеспечивающей для дисциплин «Психология в профессиональной деятельности», «Основы авиационного менеджмента и маркетинга».

Дисциплина изучается во 2 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции / индикатора	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ИД1 УК3	Понимает сущность и значение командных ролей, творчески реализует свою роль в команде в процессе группового решения профессиональных проблем.
ИД2 УК3	Эффективно взаимодействует с членами команды в процессе группового решения профессиональных проблем.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранному(ых) языке(ах)
ИД1 УК4	Осуществляет деловую коммуникацию, соблюдая ее цели, деловой этикет, субординацию и формальные ограничения.
ИД2 УК4	Использует для устной и письменной деловой коммуникации русский и английский языки.
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
ИД1 УК9	Рассматривает инклюзию как необходимое условие развития современного общества.
ИД1 УК9	Эффективно взаимодействует в социальной жизни и профессиональной деятельности с людьми с ОВЗ и инвалидами, используя базовые дефектологические знания.
ПК-1	Способен принимать и реализовывать решения в сфере Профессиональной деятельности

ИД1 ПК1	Выявляет, формулирует и решает проблемы, возникающие в Профессиональной деятельности.
ИД2 ПК1	Реализует принятые решения, оценивает последствия их реализации в сфере профессиональной деятельности.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения
- типовые алгоритмы проектов и кампаний, особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, в т.ч. предпринимательских.
- особенности создания информационных поводов для кампаний и проектов, основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Уметь:

- решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, управления интегрированными коммуникациями
- реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний, готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе предпринимательских.

- учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании с информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, формировать тексты рекламы и связей с общественностью.

Владеть:

- навыками подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры
- типовыми алгоритмами проектов и кампаний, навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, участвовать в разработке и реализации проектов.
- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестр
		2
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа, всего	36,5	36,5
лекции	18	18
практические занятия	18	18
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-

другие виды контактной работы.	-	-
Самостоятельная работа студента	63	63
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

5.1 Соотнесения тем дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплин	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-4	УК-5	ПК-2		
Тема 1. Суть коммуникационного менеджмента	9	+	+		ВК, ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Тема 2 Специальные мероприятия как инструмент коммуникационного менеджмента	9		+	+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Тема 3 Цифровая трансформация коммуникационного менеджмента	12	+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Тема 4. Коммуникационный менеджмент как процесс	12	+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Тема 5. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	16	+	+	+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Тема 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	7	+			ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Тема 7. Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе	16	+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Тема 8. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	18	+		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Д С
Промежуточная аттестация	8,9					
Итого по дисциплине	99					

Сокращения: ВК- входной контроль, ИЛ – интерактивная лекция (лекция в форме проблемной

лекции), Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Т – тест, Дс – дискуссия

5.2 Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего часов
Тема 1. Суть коммуникационного менеджмента	4	-	5	9
Тема 2 Специальные мероприятия как инструмент коммуникационного менеджмента	4	-	5	9
Тема 3 Цифровая трансформация коммуникационного менеджмента	-	2	10	12
Тема 4. Коммуникационный менеджмент как процесс	-	2	10	12
Тема 5. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	2	4	10	16
Тема 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	2	2	3	7
Тема 7. Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе	2	4	10	16
Тема 8. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	4	4	10	18
Итого за семестр	18	18	63	99
Промежуточная аттестация				8,5
Всего по дисциплине				108

Сокращения: Л - лекция, ПЗ – практическое задание, СРС – самостоятельная работа студента.

5.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Суть 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 характеристики коммуникационного пространства в 2020-2021гг. Новая этика коммуникационного пространства. Коммуникационная и информационная безопасность.

Тема 2. Специальные мероприятия как инструмент коммуникационного менеджмента

Трансформация основных инструментов коммуникационного менеджмента в 2020-2021 гг. Организация и проведения презентаций. Подготовка эффективной электронной презентации. Анализ эффективности существующих инструментов коммуникационного менеджмента. Изменение характеристик целевых аудиторий в 2020-2021гг. Брендинг как инструмент коммуникационного менеджмента. Роль социальных стереотипов в управлении коммуникационными процессами и общественным мнением. Организация и проведение профессиональных выставок. Организация пресс-конференции.

Тема 3. Цифровая трансформация коммуникационного менеджмента. Новые цифровые форматы как инструмент коммуникационного менеджмента. Мобильный маркетинг. Digital коммуникации. Навыки digital планирования и маркетинга.

Тема 4. Коммуникационный менеджмент как процесс

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. Проведение социологических и маркетинговых исследований.

Тема 5. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом

Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры в 2020-2021 гг. Изменение характеристик корпоративных культур. Управление организационными конфликтами. Характеристики современного

рынка труда, анализ изменений.

Тема 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях

Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями в организации.

Тема 7. 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.

Тема 8. 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. Особенности коммуникационного менеджмента во внешнеполитических ведомствах..

5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
3	Цифровая трансформация коммуникационного менеджмента	2
4	Коммуникационный менеджмент как процесс	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
5	Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	4
6	Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	2
7	Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе	4
8	Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	4
Итого по дисциплине		18

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу .	5
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [1], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу .	5
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.	10

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоем кость (часы)
	3 Подготовка к устному опросу.	
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу .	10
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	10
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	3
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	10
8	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	10

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоем кость (часы)
Итого по дисциплине		63

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Менеджмент: организационное поведение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Р. Латфуллин [и др.] ; под редакцией Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09898-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/442416> (дата обращения: 14.02.2021).

2. Менеджмент: методы принятия управленческих решений : учебное пособие для среднего профессионального образования / П. В. Иванов [и др.] ; под редакцией П. В. Иванова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 276 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13050-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448872> (дата обращения: 14.02.2021).

3. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457100> (дата обращения: 14.02.2021).

б) дополнительная литература:

4. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450009> (дата обращения: 14.02.2021).

5. Коргова, М. А. Менеджмент. Управление организацией : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12330-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456661> (дата обращения: 14.02.2021).

6. Коргова, М. А. Менеджмент организации : учебное пособие для вузов / М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10829-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455225> (дата обращения: 14.02.2021).

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»
[Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный. (Дата обращения: 29.01.2018).

Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] —
Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] —
Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный. (Дата обращения: 29.01.2018)

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3
Коммуникационный менеджмент	<p>Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>Комплект учебной мебели (24 места)</p> <p>Мультимедийный проектор AcerX1261P</p> <p>НоутбукПК Asus, ЭкранLumien Master picture 180*180</p> <p>Доступ в сеть Интернет</p>	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

8 Образовательные и информационные технологии

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

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимого для изучения дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина. (пункт 5,1)

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 теории межличностной коммуникации в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Интерактивные лекции в форме проблемных лекций характеризуются освоением компетенций реализуется в ходе решения определенной проблемы или группа проблем посредством механизма дискуссии.

Интерактивная лекция может сопровождаться демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно иллюстрационные материалы

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобретение начальных практических навыков межличностной коммуникации. Семинар предназначен 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 и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных

компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель в рамках учебных часов, отведенных учебным планом на практическое занятие.

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

Фонд оценочных средств по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» предназначен для выявления и оценки уровня и качества знаний студентов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в форме зачета с оценкой во 2 семестре.

Фонд оценочных средств дисциплины «Коммуникационный менеджмент» включает: устные опросы и тесты, дискуссии

Устный опрос проводится на каждом семинаре в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции. (пункт 5,1)

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. (пункт 5,1)

Дискуссия - целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради формирования мнения каждым участником или поиска истины. Проводится в процессе проблемной лекции.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в конце 2 -го семестра.

Зачет с оценкой позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет с оценкой предполагает ответ на теоретические вопросы и решение задач.

К моменту сдачи зачета с оценкой должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа. Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой (8 семестр).

№ п/п	Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Прим.
		миним.	максим	
Тема 1		9	14	
	Лекция №1	9	3	У
Тема 2		9	14	
	Лекция №2	9	4	У
Тема 3		9	14	
	Практическое занятие №1	9	4	У
Тема 4		9	14	
	Практическое занятие №2	9	3	У, ДС
Тема 5		9	14	
	Лекция №3	9	4	У
Итого по обязательным видам занятий		45	70	
Зачет с оценкой		15	30	
Итого по дисциплине		60	100	
Премиальные виды деятельности				
	Научные публикации по теме дисциплины		5	
	Участие в конференциях по теме дисциплины		5	
	Участие в предметной олимпиаде		5	
	Прочее		5	
Итого дополнительно премиальных баллов			20	
Всего по дисциплине			120	
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС		Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)		
90 и более		5 - «отлично»		
70÷89		4 - «хорошо»		
60÷69		3 - «удовлетворительно»		
менее 60		2 - «не удовлетворительно»		

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

Посещение студентом лекционного занятия оценивается – 9 баллов, ведение лекционного конспекта – 5 баллов.

Посещение практического занятия с ведением конспекта – 9 баллов, подготовка и презентация сообщения – 1-2 балла; участие в устном опросе – 2-3 балла; активное участие дискуссии – 1-2 балла.

9.3 Темы курсовых работ по дисциплине

Написание курсовых работ учебным планом не предусмотрено.

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

Перечень вопросов по дисциплине «Русский язык и культура общения»

1. Дать определение понятию «общение»
2. Разграничить понятия: коммуникация и общение
3. Назвать основные элементы процесса коммуникации или межличностного общения

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

Компетенции	Показатели оценивания (индикаторы достижения) компетенций	Критерии оценивания
I этап		
УК-4	$ИД_{УК4}^1$ $ИД_{УК4}^2$	Знать: - сущность, виды и содержание коммуникационных технологий; - методы организации коммуникационного менеджмента в сфере авиации; - принципы и специфику коммуникационных процессов в организации; - методы получения информации для повышение эффективности коммуникационных процессов. Уметь:
УК-3	$ИД_{УК5}^1$ $ИД_{УК5}^2$	
ПК-1	$ИД_{ПК2}^1$ $ИД_{ПК2}^2$	

Компетенции	Показатели оценивания (индикаторы достижения) компетенций	Критерии оценивания
		<ul style="list-style-type: none"> – использовать профессиональную терминологию в сфере коммуникационных технологий; - соблюдать требования, предъявляемые к авиационному персоналу в авиапредприятии; - соблюдать требования законодательства и нормативных правовых актов Российской Федерации, международных стандартов и рекомендуемую практику международной организации гражданской авиации, при организации деятельности по обеспечению авиационной безопасности.
II этап		
УК-4	<i>ИД_{УК4}¹</i> <i>ИД_{УК4}²</i>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять оценку эффективности коммуникационных процессов в организации;
УК-3	<i>ИД_{УК5}¹</i> <i>ИД_{УК5}²</i>	<ul style="list-style-type: none"> - выполнять мероприятия по организации эффективных коммуникаций в организации. <p>Владеть:</p>
ПК-1	<i>ИД_{ПК2}¹</i> <i>ИД_{ПК2}²</i>	<ul style="list-style-type: none"> - методами оценки эффективности коммуникационных процессов в компании; - навыками организации специальных мероприятий (презентаций, выставок, конференций) - навыками разработки коммуникационной стратегии организации

Максимальное количество баллов за зачет с оценкой – 30 баллов. Минимальное количество баллов, полученных студентом за зачет с оценкой – 15 баллов. При наборе менее 15 баллов – зачет не сдан по причине недостаточного уровня знаний, оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета.

Ответы на теоретические вопросы оцениваются следующим образом:

–1 балл: студент дает неправильный ответ на вопрос, не демонстрирует знаний, умений и навыков, соответствующих формируемым в процессе освоения дисциплины компетенциям;

–2 балла: ответ студента на вопрос неудовлетворителен, студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках формируемых компетенций, незнание лекционного материала;

–3 балла: ответ студента на вопрос неудовлетворителен, требуется значительное количество наводящих вопросов, студент не может воспроизвести и объяснить основные положения вопроса, демонстрирует слабые знания лекционного материала;

–4 балла: студент демонстрирует минимальные знания основных положений вопроса в пределах лекционного материала;

–5 баллов: студент демонстрирует знания основных положений вопроса, логически верно излагает свои мысли, показывает основы умений использования эти знания, пытаясь объяснить их на конкретных примерах;

–6 баллов: студент демонстрирует систематизированные знания основных положений вопроса, логически верно и грамотно излагает свои мысли, ориентируется в его проблематике, показывает умения использовать эти знания, описывая различные существующие в науке точки зрения на проблему и приводя конкретные примеры;

–7 баллов: студент демонстрирует достаточно полные и систематизированные знания, логически верно и грамотно излагает свои мысли, четко описывает проблематику вопроса, ориентируется во всех темах дисциплины, показывает умения и навыки использовать эти знания, обосновывая свою точку зрения на проблему и приводя конкретные примеры;

–8 баллов: студент демонстрирует полные и систематизированные знания, логически верно и грамотно излагает свои мысли, четко описывает проблематику вопроса, хорошо ориентируется во всех темах дисциплины, показывает умения и навыки использования этих знаний, делая выводы, приводя существующие в науке точки зрения, сравнивая их сильные и слабые стороны, обосновывая свою точку зрения, приводя конкретные примеры;

–9 баллов: студент демонстрирует полные и систематизированные знания, логически верно и грамотно излагает свои мысли, четко описывает проблематику вопроса, хорошо ориентируется во всех темах дисциплины, показывает умения и навыки использования этих знаний, делая выводы, пытаясь самостоятельно решать выявленные проблемы, приводя конкретные примеры;

–10 баллов: студент демонстрирует полные и систематизированные знания, логически верно и грамотно излагает свои мысли, четко описывает проблематику вопроса, хорошо ориентируется во всех темах дисциплины, использует для ответа знания, полученные в других дисциплинах, а также и информацию из источников, не указанных в курсе данной дисциплины, показывает умения и навыки использования этих знаний, делая выводы,

пытаясь самостоятельно и творчески решать выявленные проблемы, приводя конкретные примеры.

Решение практического задания оценивается так:

–10 баллов: задание выполнено верно, выводы обоснованы, дана правильная и полная интерпретация выводов, студент аргументированно обосновывает свою точку зрения, уверенно и правильно отвечает на вопросы преподавателя, использует дополнительные источники;

–9 баллов: задание выполнено верно, выводы вполне обоснованы, дана правильная интерпретация выводов, студент обосновывает свою точку зрения, правильно отвечает на вопросы преподавателя;

–8 баллов: задание выполнено в целом верно, дана правильная, но не полная интерпретация выводов, студент дает правильные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает некоторые затруднения в интерпретации полученных выводов;

–7 баллов: ход решения практического задания правильный, студент допускает незначительные неточности; дает неполную интерпретацию выводов; формулирует правильные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает определенные затруднения в интерпретации полученных выводов;

–от 6 до 4-х баллов: ход решения практического задания правильный, допускает ошибки, которые студент пытается исправить, затрудняется с выводами, не все ответы на вопросы преподавателя правильные;

–от 3 до 1 балла: решение содержит грубые ошибки, значительные затруднения с выводами, большинство ответов на вопросы преподавателя неверны.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения по дисциплине

Контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости в виде устного опроса

1. Определение основных понятий коммуникационного менеджмента.
2. Объект, предмет коммуникационного менеджмента. Сфера его применения.
3. Сущность и значение информации в развитии коммуникационного пространства современного общества.
4. Основные характеристики коммуникационного пространства
5. Коммуникационная и информационная безопасность.
6. Трансформация основных инструментов коммуникационного менеджмента
7. Организация и проведения презентаций.
8. Брендинг как инструмент коммуникационного менеджмента.

9. Роль социальных стереотипов в управлении коммуникационными процессами и общественным мнением.
10. Организация и проведение профессиональных выставок.
11. Организация пресс-конференции.
12. Цифровая трансформация коммуникационного менеджмента.
13. Мобильный маркетинг. Digital коммуникации.
14. Навыки digital планирования и маркетинга.
15. Коммуникационный менеджмент как процесс
16. Проведение социологических и маркетинговых исследований.
17. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом
18. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
19. Управление организационными конфликтами.
20. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях

Примерный перечень тестовых заданий

Коммуникационный менеджмент как процесс

1. Коммуникационный менеджмент как процесс включает этапы : постановка цели; _____(продолжите)
2. Менеджмент – это:
 1. управление человеческим коллективом в процессе общественного производства
 2. целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации
 3. управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д.
 4. деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений
3. Менеджмент и управление – это:
 1. одно и то же
 2. разные, но связанные между собой процессы

3. взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
 4. взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента
4. Что является основными факторами развития менеджмента?
1. разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
 2. особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
 3. доминирующий способ общественного производства
 4. уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда
5. Что является объектом и субъектом менеджмента?
1. технические ресурсы
 2. люди
 3. финансовые ресурсы
 4. технологии
6. В системе управления организацией - объект управления - это?
1. связующая подсистема
 2. управляющая подсистема
 3. финансовая подсистема
 4. управляемая подсистема
7. В системе управления организацией - субъект управления - это?
1. управляющая подсистема
 2. управляемая подсистема
 3. связующая подсистема
 4. финансовая подсистема
8. Конечной целью менеджмента является:
1. развитие технико-экономической базы
 2. обеспечение прибыльности фирмы
 3. рациональная организация производства
 4. повышение квалификации и творческой активности работника
9. Сущность SWOT-анализа состоит в анализе...?

1. Возможностей сегмента рынка.
2. Слабых и сильных сторон, анализа возможностей и опасностей (шансов и рисков, угроз).
3. Конкурентных преимуществ и инфраструктуры рынка. U-образной кривой М. Портера.

10. Матрица, используемая в стратегическом анализе, в которой отражаются «относительная доля рынка» и «темпы роста отрасли», называется...?

1. Матрицей SWOT -анализа.
2. Матрицей Бостонской консалтинговой группы (БКГ).
3. U-образной кривой М. Портера.
4. Моделью конкурентных сил.

Управление конфликтными ситуациями в организациях в сфере рекламы и связей с общественностью

1. Современный менеджмент рассматривает конфликт как:

1. следствие плохого характера сотрудников
2. инструмент для организационных изменений
3. необходимость смены руководителя

2. Осознание человеком побуждения к деятельности называется:

1. мотивом
2. потребностью
3. мотивацией
4. восприятием

3. Осознанная необходимость в чем-либо называется:

1. потребностью
2. мотивацией
3. восприятием
4. установкой

4. Процесс побуждения себя и других к деятельности называется:

1. мотивацией
2. коммуникацией
3. установкой
4. управлением

5. Что лежит в основе конфликта?

1. проблема
2. ценности
3. противоречие
4. цели
5. эмоции
6. напряжение

Менеджмент в кризисных ситуациях

1. Продолжите определение «Кризис – это

1. непродолжительная потеря платежеспособности предприятия
2. возможность возникновения убытка, измеряемого в денежном выражении
3. маловероятное событие, способное угрожать жизнедеятельности организации, характеризующееся неопределенными причинами и трудно предсказуемыми последствиями, требующее принятия немедленных решений.

1. Антикризисное управление заключается в ___?___ потенциального риска для нормальной работы организации

1. исключения
2. максимизации
3. минимизации
4. сбалансировании

2. Какие подходы выделяет системный характер кризисного управления:

1. психологический
2. социально-политический
3. структурно-политический
4. все варианты

Способы и стили управления коммуникационными процессами организации. Управленческие решения.

1. Под принятием решения понимается:
 1. способ побуждения людей для достижения определенных целей
 2. процесс формирования альтернатив
 3. процесс обмена информацией между двумя и более субъектами
 4. сознательный выбор действий из имеющихся альтернатив для достижения желаемых результатов

2. Сколько по времени длится процесс «мозговая атака или мозговой штурм»:
 1. 30 мин
 2. 1,5 часа
 3. 4 часа
 4. 10 часов

3. Делегирование полномочий можно определить как:
 1. процесс, при котором руководители поручают часть своих прав людям, ответственным перед ним, тем самым, приумножая свою власть
 2. способ побуждения людей для достижения поставленной цели
 3. совокупность работников аппарата управления, которые находятся на одном управленческом уровне
 4. разработка планов на перспективу

4. Что выступает связующим звеном всех управленческих функций (планирование, организация, мотивация, контроль):
 1. управленческое решение
 2. коммуникация
 3. экономические методы
 4. оперативное управление

Примерный перечень теоретических вопросов для проведения промежуточной аттестации

1. Определение основных понятий коммуникационного менеджмента.
2. Объект, предмет коммуникационного менеджмента. Сфера его применения.
3. Сущность и значение информации в развитии коммуникационного пространства современного общества.
4. Основные характеристики коммуникационного пространства
5. Коммуникационная и информационная безопасность.
6. Трансформация основных инструментов коммуникационного менеджмента
7. Организация и проведения презентаций.
8. Брендинг как инструмент коммуникационного менеджмента.
9. Роль социальных стереотипов в управлении коммуникационными процессами и общественным мнением.
10. Организация и проведение профессиональных выставок.
11. Организация пресс-конференции.
12. Цифровая трансформация коммуникационного менеджмента.
13. Мобильный маркетинг. Digital коммуникации.
14. Навыки digital планирования и маркетинга.
15. Коммуникационный менеджмент как процесс
16. Проведение социологических и маркетинговых исследований.

17. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом
18. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
19. Управление организационными конфликтами.
20. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях
21. Международные коммуникационные агентства
22. Типология кризисных ситуаций
23. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями в организации.
24. Функции коммуникационного менеджмента в коммерческом секторе
25. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента
- 26. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике.**
Структура отдела корпоративной коммуникации

27. Слияние маркетинговых и PR инструментов. Навыки digital планирования и маркетинга. Умение PR специалиста работать с цифровым контентом.

28. Менеджмент коммуникаций как процесс: постановка цели и этапы.

29. Методы стратегического анализа: SWOT-анализ. Матрица БКГ.

30. Управление конфликтными ситуациями в организациях в сфере рекламы и связей с общественностью. Типы конфликтов в зависимости от уровня организационного взаимодействия.
31. Структурные методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных и внутригрупповых
32. Задачи менеджмента в формировании корпоративной культуры в 2020-2021 гг. Изменение характеристик корпоративных культур.
33. Характеристики современного рынка труда, анализ изменений. Смещение акцента спроса со специальности на конкретные компетенции и навыки.
34. Типология кризисных ситуаций.
35. Менеджмент в кризисных ситуациях. Антикризисные коммуникации: понятие, характеристика, задачи, стратегии.
36. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями в организации.
37. Понятие управленческого решения и его место в процессе управления. Стили управления.
38. Классификация управленческих решений. Факторы, влияющие на процесс принятия решений
39. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
40. Управление политическим и социальным маркетингом.
41. Специфика менеджмента в некоммерческой сфере. Функции и организация информационных служб при правительственных органах.
42. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.
43. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах.
44. Транснациональные коммуникационные агентства.

**Примерный перечень практических заданий для проведения
промежуточной аттестации**
Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации

Задача 1. Определите основные подсистемы у системы «международное рекламное (PR) агенство». Выявите какие связи между ними существуют, и в том числе коммуникационные? Опишите их внешнюю и внутреннюю среду, структуру. Опишите вход, выход, цель, связи указанной системы и ее подсистем.

Задача 2. Проведите SWOT- анализ деятельности организации (компании) в сфере рекламы и связей с общественностью, например: рекламное или PR агенство, пресс-служба коммерческой компании или государственных структур, event- агенство (агенство по организации выставок, конференций, пресс конференций, презентаций).

SWOT- анализ представьте в виде таблице из 4 секторов.

Задача 3. Предложите свою схему по теме «этапы разработки коммуникационной стратегии организации». Результат представить в виде блок-схемы.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению дисциплины «Коммуникационный менеджмент» обучающимся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Обучающимся следует

уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от его активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях (п. 5.1 – 5.4). В этом процессе большое значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение студента в самостоятельную познавательную деятельность с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях социально-экономического развития.

Основными видами учебных занятий по дисциплине являются лекции, практические занятия.

Лекции являются одним из важнейших видов учебных занятий и составляют основу теоретической подготовки обучающихся по дисциплинам. Назначение лекции в том, чтобы ознакомить обучающихся с основным содержанием, категориями, принципами и закономерностями изучаемой темы и предмета обучения в целом, его главными идеями и направлениями развития, его прикладной стороной. На лекции преподаватель опирается на базовые знания студентов по общенаучным дисциплинам, чтобы основное время уделить специфическим вопросам дисциплины. Таким образом, формируется научное мировоззрение будущего специалиста, и закладываются теоретические основы фундаментальных знаний будущего специалиста, стимулируется его активная познавательная деятельность, решается целый ряд вопросов воспитательного характера. Основным методом в лекции выступает устное изложение лектором учебного материала, сопровождающееся демонстрацией слайдов, видеофильмов, схем, плакатов, моделей, с использованием мультимедийной техники.

Практическое занятие проводится в целях выработки практических умений и приобретения навыков при решении управленческих задач. Главным содержанием этих занятий является практическая работа каждого студента, форма занятия – групповая, а основным методом, используемым на занятии – метод практической работы. Назначение практических занятий – закрепление, углубление и комплексное применение теоретических знаний, выработка умений и навыков обучающихся в решении практических задач. Вместе с тем, на этих занятиях, осуществляется активное формирование и развитие навыков и качеств, необходимых для последующей профессиональной деятельности. Практические занятия, закрепляя и углубляя знания, в то же время должны всемерно содействовать развитию мышления обучаемых.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет 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 включает следующие виды занятий (п. 5.6): самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала; подготовку к устному опросу (перечень вопросов для опроса приведен в п. 9.6); подготовку сообщений (перечень тем сообщений приведен в п. 9.6).

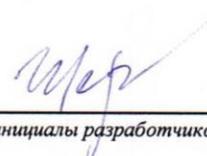
Зачет с оценкой позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины, предполагает ответы на 2 теоретических вопроса и выполнение одного практического задания из перечня вопросов, вынесенных на промежуточную аттестацию (п. 9.6).

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 25.03.03 «Аэронавигация».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 27 «Безопасности жизнедеятельности» 20 04 2021 года, протокол № 5.

Разработчики:

к.н., доцент


(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Щербина Н. А.

Заведующий кафедрой № 2 «Социально-экономических дисциплин и сервиса»

к.н., доцент


(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Майор М. Н.

Программа согласована:
Руководитель ОПОП

д.т.н., профессор


(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Балясников В.В.

Программа одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета « 16 » 06 2021 года, протокол № 7.