

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой политических наук и
технологий

Протокол от «29» августа 2017 г.
№8

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
(Б1.В.ДВ.7.2)**

Ком. менедж.

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): «реклама и связи с общественностью в
публичной и частной сфере»

квалификация выпускника: бакалавр

форма обучения: очная

Год набора – 2018

Новосибирск, 2017 г.

Автор-составитель:

кандидат политических наук,

доцент кафедры политических наук и технологий С. Ф. Некрасов

Заведующий кафедрой

политических наук и технологий

кандидат исторических наук, доцент А. Ю. Малышев

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	16
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	17
6.1. Основная литература.....	17
6.2. Дополнительная литература.....	18
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	20
6.4. Нормативные правовые документы.....	21
6.5. Интернет-ресурсы	21
6.6. Иные источники.....	22
7. Материально–техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	22

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина (Б1.В.ДВ.7.2) «Коммуникационный менеджмент» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Таблица 1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-6.1	Способность к использованию профессиональных коммуникативных знаний и навыков для создания эффективной внутренней и внешней коммуникации

1.2. В результате освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» у студентов должны быть:

Таблица 2.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ПК-6.1	<p>на уровне знаний: демонстрирует базовые знания о коммуникациях и коммуникационном менеджменте, владеет способностью знать основные стили и жанры речи, актуальные для PR-коммуникации</p> <p>на уровне умений: показывает способность целесообразно организовывать процесс устной и письменной коммуникации с учетом целей и задач общения</p> <p>на уровне навыков: Обладает навыками речевого взаимодействия и риторического воздействия на аудиторию</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

- общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы;
- количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 часов (14 часов лекций, 14 часов семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 44 часа.

Место дисциплины

- дисциплина Б1.В.ДВ.7.2 «Коммуникационный менеджмент» изучается студентами очной формы обучения в соответствии с учебным планом на 4 курсе в 7 семестре;
- дисциплина реализуется после изучения следующих дисциплин: Б1.В.ДВ.4.1 Риторика в СО (4 семестр), Б1.В.ДВ.3.1 Политический менеджмент (4 семестр), Б1.В.ДВ.3.2 Политическая конфликтология (4 семестр), Б1.В.ДВ.1.2 Современные медиа (4 семестр), Б1.В.ОД.6 GR (Технологии взаимодействия с органами власти) (5 семестр), Б1.В.ДВ.5.1 Современная пресс-служба (6 семестр), Б1.В.ДВ.5.2 Политические коммуникации в России (6 семестр), Б1.В.ДВ.6.1 Социология власти городских сообществ (6 семестр).

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			л/эо, дот ²	лр/эо, дот	пз/эо, дот ³	КС Р		
<i>Очная форма обучения</i>								
Раздел 1	Сущность коммуникационного менеджмента	34	6		6		22	
Тема 1.1	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организациями	12	2		2		8	Опрос

¹ Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

² При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом

Тема 1.2	Управление коммуникационными процессами	11	2		2		7	Коллоквиум
Тема 1.3	Процедуры реализации управленческих решений	11	2		2		7	Тестирование
Раздел 2	Корпоративный коммуникационный менеджмент	38	8		8		22	
Тема 2.1	Коммуникационные взаимодействия корпорации	10	2		2		6	Эссе
Тема 2.2	Основы управления коммуникациями в организации	10	2		2		6	Коллоквиум
Тема 2.3	Управление формированием корпоративной культуры	9	2		2		5	Диспут
Тема 2.4	Коммуникационные технологии в управлении персоналом	9	2		2		5	Контрольная работа
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	14		14		44	

Содержание дисциплины

Раздел 1. Сущность коммуникационного менеджмента

Тема 1.1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организациями

Коммуникационный менеджмент как система управления организационными коммуникациями: его основные характеристики и составляющие. Место коммуникационного менеджмента в системе управления. Границы управления коммуникациями.

Интегрированные коммуникации как важнейший механизм роста конкурентного преимущества. Структура коммуникационного менеджмента. Функции коммуникационного менеджмента. Основные задачи коммуникационного менеджмента. Сферы практического применения механизмов и методов коммуникационного менеджмента.

Корпоративные коммуникации как предмет коммуникационного менеджмента. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс. Субъекты и объекты корпоративных коммуникаций. Перспективы развития коммуникационного менеджмента.

Тема 1.2. Управление коммуникационными процессами

Коммуникационный менеджмент как процесс. Коммуникативный процесс и его структура. Кодирование. Канал коммуникации. Декодирование. Коммуникационные барьеры (шумы). Обратная связь и эффективность коммуникации. Виды коммуникации. Модели коммуникации.

Коммуникационное обеспечение менеджмента. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности. Разнообразные способы коммуникационного взаимодействия: организационные и межличностные; одноканальные и многоканальные; формальные и неформальные; фиксируемые и нефиксируемые коммуникации.

Коммуникационное пространство и его характеристики. Структура коммуникационной среды в организации. Виды информационных потоков в организации: нисходящие, восходящие, горизонтальные и вертикальные. Общие правила организации системы нисходящих коммуникаций. Управление горизонтальными коммуникациями. Открытые и закрытые системы. Обратная связь в управлении. Критерии оценки коммуникационной структуры.

Управленческая информация – стратегический ресурс корпорации. Виды информационных ресурсов. Предварительная, текущая и перспективная информация. Информация внутренняя (внутрифирменная) и внешняя. Принципы формирования информационных ресурсов. Управление информационными ресурсами организации. Сбор, группировка, анализ и обработка различных типов управленческой информации, ее архивирование и хранение.

Коммуникационные помехи и барьеры. Пути и способы их преодоления, нейтрализации и смягчения. Методы преодоления макро– и микробарьеров внутренней коммуникации.

Тема 1.3. Процедуры реализации управленческих решений

Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявление альтернатив по достижению целей. Определение проблем, разработка концепции и постановка целей. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия. Коммуникационная программа как основа планирования.

Сбор и анализ информации для решения производственных проблем. Информационное обеспечение разработки и реализации общей стратегии предприятия. Особенности коммуникационных исследований. Понятие и типы коммуникационных исследований. Принципы составления программы коммуникационных исследований. Методы исследования в коммуникационном менеджменте: наблюдение, контент–анализ, анкетирование, опрос и интервью.

Формирование бюджета в коммуникационном менеджменте. Составление бизнес–плана, основные статьи затрат. Оценка эффективности расходования бюджета информационной кампании.

Медиапланирование в коммуникационном менеджменте. Исходные данные для медиапланирования. Выбор средств коммуникации. Классификация средств публичной коммуникации. Формы и методы выбора оптимальных коммуникационных каналов. Специфика управления

информацией, распространяемой через СМИ. Немедийные каналы коммуникаций: планирование и управление ими. Интернет как новая коммуникативная среда. Анализ и сегментация целевых аудиторий. Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Выбор целевых аудиторий в информационной среде организации.

Организация работ по реализации различных видов управленческих решений на основе информации, полученной в процессе коммуникационного взаимодействия с внешней и внутренней средой. Организация событий. Мотивация участников. Контроль хода кампании.

Определение эффективности в коммуникационном менеджменте. Эффекты коммуникационной кампании. Методы измерения результатов коммуникационной кампании. Пути повышения результативности коммуникаций в организации.

Раздел 2. Корпоративный коммуникационный менеджмент

Тема 2.1. Коммуникационные взаимодействия корпорации

Коммуникационные взаимодействия в корпоративной, локальной и глобальной среде организации. Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления.

Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративной среде. Развитие внутренних коммуникаций как управленческая задача. Специфика управления информационными потоками внутри корпорации. Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Информационное и административное взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Технологии управления коммуникационными потоками. Внутриорганизационные средства коммуникаций, их характеристика. Организация и содержание пресс-конференций, брифингов и презентаций. Организация массовых мероприятий: фестивалей, юбилеев, торжественных вечеров, благотворительных концертов. Переговоры, private беседы, форумы, деловые встречи и их использование в коммуникационном менеджменте. Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации. Слухи как инструмент внутрикорпоративной коммуникации. Критерии оценки эффективности коммуникационной деятельности специалистов по связям с общественностью.

Коммуникационный менеджмент в локальной среде. Взаимодействие с государственными, политическими структурами и общественными организациями. Содержание деятельности специалистов по связям с общественностью корпораций в органах законодательной, исполнительной и судебной власти. Организационные формы работы корпораций с представительными органами местного самоуправления. Целевые группы государственных, политических структур и общественных организаций, учет их приоритетов и мнений. Основные подходы к анализу коммуникационного менеджмента в политической сфере. Коммуникационный менеджмент в некоммерческих организациях. Особенности коммуникационного

менеджмента в коммерческом секторе. Деловая среда организации и бизнес-коммуникации. Условия развития коммуникационного менеджмента в бизнес-сфере. Мониторинг СМИ как необходимая прогностическая компонента. Информационное взаимодействие с партнерами по бизнесу, корпоративными клиентами и потребителями продукции; консультантами и аналитиками; инвесторами и акционерами. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике. Коммуникационное обеспечение инвестиционных программ.

Особенности коммуникационного менеджмента в глобальной среде. Глобализация и современные задачи коммуникационного менеджмента. Возрастание роли коммуникационного менеджмента в мировом сообществе. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Транснациональные коммуникационные агентства. Стратегия развития коммуникационного менеджмента в современном глобальном пространстве. Экономическое развитие глобальной коммуникационной среды. Концентрация и монополизация. Дифференциация и специализация. Формирование и управление информационной политикой транснациональных корпораций и международных организаций: основные направления и цели.

Тема 2.2. Основы управления коммуникациями в организации

Технологии коммуникационного обеспечения управления корпоративными коммуникациями. Коммуникационная стратегия организации. Анализ коммуникационной ситуации. Управление корпоративными коммуникациями. Организация работы отдела корпоративных коммуникаций. Планирование, проведение и бюджет PR-кампаний.

Типы организационной структуры и влияние их на коммуникационные процессы в организации. Требования к циркулирующей в организации информации. Позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса. Виды информационных материалов, предоставляемых организацией для непосредственной коммуникации с клиентами и инвесторами.

Организационная структура отдела корпоративной коммуникации. Должностные обязанности специалистов отдела корпоративной коммуникации. Функции отдела по коммуникациям. Условия делегирования функций отдела коммуникационного менеджмента PR-агентству. Роль менеджера по коммуникациям. Квалификационная характеристика PR-менеджера. Модель личностно-деловых качеств и имидж современного PR-менеджера. Требования, предъявляемые к личности менеджера по коммуникациям. Коммуникативная компетентность менеджера. Профессиональная пригодность и профессиональная компетентность PR-специалистов.

Характеристика основных форм работы PR-специалистов в коммуникационном менеджменте. Специфика внутренних средств коммуникации в организации, их разнообразие и функции.

Представительские и специальные мероприятия. Презентации. Церемонии, корпоративные праздники, конкурсы и открытия новых цехов или производственных линий. Съезды и конференции. Вручение специальных премий. Выпуск фирменных и внутрифирменных периодических изданий. Организация и проведение пресс-конференций. Дни открытых дверей. Экскурсии. Выставки. Торговые ярмарки. Использование в коммуникативном менеджменте полиграфии, фото-, кино-, видео-, аудио- и электронных средств.

Тема 2.3. Управление формированием корпоративной культуры

Понятие и содержание корпоративной культуры, принципов ее формирования. Типы, уровни и функции организационной культуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры. Основные элементы и особенности функционирования знаково-символической культуры в корпорации. Коммуникационные методы продвижения корпоративной культуры в коллективе.

Коммуникативные технологии, формы и методы формирования эффективной корпоративной культуры. Корпоративные праздники как инструмент формирования корпоративной культуры. Внутрифирменные издания как средство формирования и продвижения корпоративного имиджа.

Тема 2.4. Коммуникационные технологии в управлении персоналом

Применение коммуникационных технологий в работе с персоналом. Планирование и реализация коммуникационной программы работы с персоналом. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме и адаптации кадров. Организация коммуникаций при повышении квалификации и переподготовке кадров, продвижении по службе и увольнении сотрудников.

Управление коммуникационным процессом в кризисных и конфликтных ситуациях. Основные направления деятельности специалистов по коммуникационному менеджменту при разрешении конфликтов в трудовых коллективах. Коммуникационное взаимодействие PR-менеджеров с персоналом в кризисной ситуации. PR-службы в корпорациях, их роль в разрешении или предотвращении конфликтов. Специализированные консалтинговые PR-фирмы и их помощь при разрешении кризисных или конфликтных ситуаций. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций. Действенность PR-воздействия в ситуации кризиса. Оценка эффективности управления персоналом.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины (Б1.В.ДВ.7.2) «Коммуникационный менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Таблица 4.

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Сущность коммуникационного менеджмента	
Тема 1.1.	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организациями	Опрос
Тема 1.2.	Управление коммуникационными процессами	Коллоквиум
Тема 1.3.	Процедуры реализации управленческих решений	Тестирование
Раздел 2.	Корпоративный коммуникационный менеджмент	
Тема 2.1.	Коммуникационные взаимодействия корпорации	Эссе
Тема 2.2.	Основы управления коммуникациями в организации	Коллоквиум
Тема 2.3.	Управление формированием корпоративной культуры	Диспут
Тема 2.4.	Коммуникационные технологии в управлении персоналом	Контрольная работа

4.1.2. Зачет проводится с применением с применением устного собеседования по вопросам билета.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Примерные темы коллоквиумов:

1. Повышение конкурентоспособности компании средствами коммуникационного менеджмента.
2. Коммуникационный менеджмент в государственных и муниципальных органах власти.

Примерные темы для написания контрольных работ:

1. Коммуникационный менеджмент как система управления коммуникационным взаимодействием.
2. Коммуникации как объект управления.
3. Информационно–коммуникационная модель управления.
4. Специфика информационного обеспечения процесса управления.

5. Формирование и использование информационных ресурсов организации.
6. Макро– и микробарьеры коммуникации в корпорации.
7. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.
8. Коммуникационная программа как основа планирования.
9. Методы сбора социальной информации в коммуникационном менеджменте.
10. Определение приоритетных аудиторий организации.
11. Приемы и методы работы с целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.
12. Пути повышения эффективности коммуникационной деятельности специалистов по коммуникациям.
13. Функционирование отдела по коммуникациям в структуре предприятия.
14. Совершенствование информационного обеспечения деятельности организации.
15. Подходы и концепции к анализу коммуникационного менеджмента в политической сфере.
16. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти.
17. Формы работы с представителями политических и общественных организаций.
18. Модели информационного взаимодействия государственных органов власти с общественностью.
19. Коммуникационный менеджмент в коммерческих организациях: проблемы и специфика.
20. Коммуникационное сопровождение инвестиционных программ.
21. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
22. Особенности формирования положительного общественного мнения о компании.
23. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
24. Коммуникационные методы продвижения корпоративной культуры в производственном коллективе.
25. Формирование корпоративной культуры средствами коммуникационного менеджмента.
26. Коммуникативные технологии формирования эффективной корпоративной культуры.
27. Коммуникационные технологии в управлении персоналом.
28. Меры упреждения и преодоления кризисных и конфликтных ситуаций в коллективе.
29. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных ситуациях.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования.

Таблица 5.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-6.1	Способность к использованию профессиональных коммуникативных знаний и навыков для создания эффективной внутренней и внешней коммуникации

Таблица 6.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-6.1. Способность к использованию профессиональных знаний и навыков для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	Демонстрирует базовые знания о коммуникациях и коммуникационном менеджменте.	Показал знания основ коммуникационного менеджмента.
	Владеет способностью знать основные стили и жанры речи, актуальные для PR-коммуникации.	Продемонстрировал владения основными стилями и жанрами речи в PR-коммуникациях.
	Обладает навыками речевого взаимодействия и риторического воздействия на аудиторию.	Проявил умения речевого взаимодействия и риторического воздействия на аудиторию
	Показывает базовые представления о современных медиаструктурах и специфике создания в них эффективной коммуникационной инфраструктуры.	Доказал способность целесообразно организовывать эффективную коммуникационную медиаструктуру
	Демонстрирует базовые	Продемонстрировал базовые

	представления о политическом менеджменте и методах разрешения политического конфликта.	представления о политическом менеджменте и методах разрешения политического конфликта
--	--	---

4.3.2. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Сущность коммуникационного менеджмента и сферы его применения.
2. Предмет, основные функции и цели коммуникационного менеджмента.
3. Основные модели коммуникационного процесса.
4. Обратная связь как компонент коммуникационного процесса.
5. Коммуникационные барьеры и способы их преодоления.
6. Коммуникативное пространство.
7. Коммуникационные потоки в организации: классификация и характеристика.
8. Управление информационными ресурсами организации.
9. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.
10. Основы планирования в коммуникационном менеджменте.
11. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование в деятельности корпораций.
12. Коммуникологические исследования. Процедура, программа и методы исследования.
13. Выбор целевых аудиторий и средств коммуникации в организационной среде.
14. Коммуникационная эффективность деятельности СМИ.
15. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть корпорации.
16. Основы составления бюджета коммуникационной кампании.
17. Бизнес–планирование в коммуникационном менеджменте.
18. Мотивационные методы и приемы коммуникационного менеджмента.
19. Осуществление контроля за выполнением коммуникационной программы.
20. Коммуникационные модели в управленческой деятельности.
21. Корпоративная коммуникация и ее роль в организации.
22. Репутационные технологии коммуникационного менеджмента.
23. Содержание и специфика информационного взаимодействия с политическими партиями и общественными организациями.
24. Особенности коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.
25. Специфика коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
26. Коммуникационный менеджмент и взаимодействие с целевыми аудиториями: инвесторами, акционерами, потребителями и конкурентами.

27. Задачи коммуникационного менеджмента по формированию корпоративной культуры.

28. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом.

29. Работа с персоналом в кризисных и конфликтных ситуациях.

Шкала оценивания.

Таблица 7.

Зачет (100-балльная шкала)	Зачет	Критерии оценки
0-64	незачтено	Компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.
64-100	зачтено	Компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач.

4.4. Методические материалы промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета на основе балльно-рейтинговой системы. По итогам в ведомость выставляется оценка по шкале порядка: «незачтено» или «зачтено».

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и в соответствии с медицинскими показаниями, промежуточная аттестация может быть проведена в устной (письменной, в том числе электронное тестирование) форме по согласованию с преподавателем и по личному письменному заявлению в первую неделю изучения дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплинам осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по подготовке к текущему контролю успеваемости

Основное назначение учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент» – изучение теоретических основ, концепций и ключевых проблем управления коммуникационными процессами. Дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» и дает будущим специалистам научно-обоснованные методы и практические рекомендации по различным вопросам управления, знание которых позволит будущим специалистам более правильно формулировать профессиональные и управленческие решения в их будущей работе.

В связи с вышеизложенным основной целью данной контрольной работы является формирование у студентов знаний в области современного менеджмента, закрепление механизмов и форм практической реализации технологий управления с учетом социально-экономических отношений возникающих между людьми в процессе коммуникационной деятельности.

Задачами написания контрольной работы по курсу «Коммуникационный менеджмент» являются:

- углубление и закрепление теоретических знаний по выбранной теме изучаемой дисциплины;
- приобретение навыков самостоятельной работы с теоретической литературой;
- овладение навыками обобщать и анализировать отечественный и зарубежный опыт по изучаемой проблеме.

Процесс выполнения контрольной работы по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» складывается из нескольких этапов.

Подбор необходимой литературы. К подбору литературы следует относиться серьезно, так как это – залог успешного выполнения контрольной работы. При этом следует изучать различные виды изданий, имеющих отношение к работе: информационные, библиографические, реферативные, обзорные издания, экспресс-информацию и др. В дальнейшем рекомендуется осуществлять общее ознакомление с литературными источниками по их оглавлению, беглый просмотр всего содержания, выборочное чтение параграфов и глав, соответствующих по их названию изучаемому вопросу и выполнение выписок или ксерокопирование материалов, представляющих интерес для студентов. На данном этапе необходимо внимательно следить за оформлением выписок или ксерокопий: указывать название источника, его автора и страницу, так как если студенты будут в дальнейшем использовать цитирование текста, то они смогут легко воспользоваться собранным материалом.

Непосредственная работа с литературой. Непосредственная работа с литературными источниками составляет собой значительную часть черновой

работы. Это творческий и целенаправленный процесс. Надо стремиться к объективности и достоверности используемой информации. Работу на данном этапе рекомендуется начать с оценки изученных материалов и лишь, затем переходить к обобщению информации. Необходимо обдумать имеющуюся информацию и критически подходить к отдельным источникам, не забывая, что более достоверными являются официальные издания государственных или общественных организаций, монографии и научные сборники. В статьях может быть отражена лишь позиция автора, могут быть и ошибочные положения, и различного рода неточности, поэтому следует разобраться в этом и дать отдельным мнениям соответствующую оценку.

Написание теста контрольной работы. Контрольная работа по курсу «Коммуникационный менеджмент» должна состоять из теоретической и практической части. В теоретической части студенты освещают те аспекты теории коммуникации, которые актуальны для решения практической проблемы. Для написания этой части контрольной работы необходимо использовать тексты лекций и литературу, рекомендуемую преподавателем в ходе индивидуальных консультаций. Практическая часть работы строится на основе данных, полученных из практической работы студентов: на основе конкретной коммуникационной проблемы, анализируемой в его работе.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Бузин, С. В. Коммуникации в современной организации: сущность, элементы и этапы коммуникационного процесса, их значимость в повышении эффективности менеджмент [Электронный ресурс] / С. В. Бузин. - Электрон. дан. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 82 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа :<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141265>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.

2. Горфинкель, В. Я. Коммуникации и корпоративное управление [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Я. Горфинкель, В. С. Торопцов, В. А. Швандар. - Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 129 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа :<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.— То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/52617>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

3. Коммуникационный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие. — Электрон. дан. — Волгоград : Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2009. — 137 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/11327>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана

4. Некрасов, С. Ф. Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / С. Ф. Некрасов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. - 64 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.saranet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.

5. Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти. Институциональные теории и дискурсивные практики: учеб. пособие / Н. Ф. Пономарев. - Москва: Флинта: Наука, 2016. - 124 с.

6. Шарков, Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учеб. пособие для подгот. бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2016. - 406 с.– То же [Электронный ресурс].- Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453046>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/60424>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

6.2.Дополнительная литература

1. Апенько, С. Н. Коммуникационный консалтинг: архитектура организационных коммуникаций [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Н. Апенько, К. В. Гилева. - Электрон. дан. - Омск : Омский государственный университет, 2014. - 220 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237517>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

2. Бобров, И. Разработка коммуникационной стратегии колл-центра [Электронный ресурс] / И. Бобров. - Электрон. дан. – Москва : Лаборатория книги, 2010. - 96 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96805>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

3. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент : рабочая кн. менеджера PR / А. Б. Зверинцев. - 2-е изд., испр. - Санкт-Петербург : Союз, 1997. - 288 с.

4. Кметь, Е. Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс] : учебник для магистров / Е. Б. Кметь. — Электрон. дан. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 183 с. - Доступ из ЭБС

«IPRbooks». — Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/54491>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

5. Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. В. М. Шепеля. - Москва : Гардарики, 2004. - 352 с.

6. Мартынов, Л. М. Инфоком-менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. М. Мартынов. - Электрон. дан. — Москва : Логос, 2007. - 400 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89835>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

7. Рева, В. Е. Коммуникационный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Е. Рева. — Электрон. дан. - Пенза : Пенз. гос. ун-т, 2003. - 161 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа :<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39409>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.

8. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. А. Шомова [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 198 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/8968>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

9. Смаржевский, И. А. Коммуникационный аспект принятия управленческих решений в проектом менеджменте [Электронный ресурс] : монография / И. А. Смаржевский. - Электрон. дан. - Москва : Рос.ун-т дружбы народов, 2012. - 112 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/22183>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.

10. Чумиков, А. Н. Антикризисные коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 173 с. — То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/21054>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

11. Шарков, Ф. И. Имидж фирмы: технологии управления : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - Москва : Акад. проект, 2006. - 270 с.

12. Шарков, Ф. И. Коммуникология : социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2012. - 318 с.— То же [Электронный ресурс].- Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/10932>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана. — То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/56231>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

13. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 487 с. – То же [Электронный ресурс].- Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.– То же [Электронный ресурс].- Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/4438>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/56230>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

14. Шарков, Ф. И. Управление маркетинговыми коммуникациями (интегрированный подход) : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр. - Москва : Акад. Проект : Трикта, 2006. - 256 с.

15. Шилина, М. Г. Корпоративная интернет-коммуникация в системе связей с общественностью / М. Г. Шилина // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. - 2012. - № 1. - С. 87-100 ; № 2. - С. 118-131. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из НЭБ eLIBRARY.RU. - Режим доступа : <http://elibrary.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 19.03.2016). - Загл. с экрана.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах [Электронный ресурс] : (подготовка к экзамену) : учеб. пособие для вузов / И. В. Марусева. – Электрон дан. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 214 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : [://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547), требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/39000>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). - Загл. с экрана.

2. Романов, А. А. Рекламный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб.-практич. пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. - Электрон. дан. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 431 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

3. Шарков, Ф. И. Политический консалтинг : (специализация курса "Консалтинг в связях с общественностью"): учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2006. - 460 с.

4. Управление маркетинговыми коммуникациями [Электронный ресурс] : учеб.-методич. пособие (для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг», «Международный менеджмент», «Реклама и связи с

общественностью»). — Электрон. дан. — Омск : Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, 2016. — 98 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/59666>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации : принята всенарод. голосованием 12 дек. 1993 г. - М. : Эксмо, 2007. - 62 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации : части первая, вторая, третья, четвертая : по состоянию на 25 окт. 2009 г. : коммент. послед. изм. - М. : Юрайт, 2009. - 570 с. - (Правовая библиотека).
3. О средствах массовой информации : Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 : (с изм. от 11.07.2011) // Рос. газ. – 1992. – 8 февр.
4. О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации : Федер. закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ : (с изм. от 12.05.2009) // Собр. законодательства РФ. – 1995. - № 3. - Ст. 170.
5. О рекламе: Федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ : (с изм. от 21.11.2011) // Собр. законодательства РФ. – 2006. - N 12. - Ст. 1232.
6. О связи : Федер. закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ : (с изм. от 08.12.2011) // Собр. законодательства РФ. – 2003. - N 28. - Ст. 2895.
7. О государственной тайне : Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 : (с изм. от 08.11.2011) // Собр. законодательства РФ. – 1997. - № 41. - С. 8220-8235.
8. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации : утв. Президентом РФ 09.09.2000 N Пр-1895 // Рос. газ. – 2000. – 28 сент.

6.5. Интернет-ресурсы

Дополнительную информацию по учебной дисциплине «Коммуникационный менеджмент» можно взять для анализа на сайтах Интернета:

1. <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»;
2. <http://www.raso.ru> – российский PR–портал;
3. <http://www.aup.ru> – административно–управленческий портал «AURP.Ru»;
4. www.ir-magazine.ru/about.html – информационно–справочный портал «Индустрия рекламы»;
5. http://www.cecsi.ru/coach/new_economy.html – обучающий портал «Новая экономика»;
6. www.sovetnik.ru – профессиональный PR–портал «Sovetnik.ru»;
7. www.advertology.ru – портал о рекламе «Advertology.Ru»;
8. www.rwr.ru – портал «Реклама в России»;
9. <http://www.cfin.ru> – сайт «Корпоративный менеджмент»;
10. <http://www.iteam.ru> – консалтинговая компания «ITeam»;

11. <http://www.public.ru/1.asp> – компания ЗАО «Публичная Библиотека»;
12. <http://www.brandaid.com.ru> – брендинг–агентство «BrandAid»;
13. www.prnews.ru – специализированное агентство по мониторингу СМИ и PR–анализу «PRNews»;
14. <http://www.4p.ru> – маркетинг журнал «4p.ru».

6.6.Иные источники

1. Шарков, Ф. И. Коммуникология : энцикл. слов.-справ. : учеб. пособие для подготовки бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2012. - 766 с. – То же [Электронный ресурс].- Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/14341>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/56383>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.
2. Справочник журналиста : [в 2 т.]. Т. 2 / [ред. коллектив.: Л. П. Алексеева и др.; отв. ред. А. К. Копейка]. - М. : Юрид. мир, 2006. - 450 с.
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учеб. пособие / отв. ред. Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 376 с.

7. Материально–техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для реализации данной дисциплины необходимы специально оборудованные учебные аудитории для проведения всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся.

Занятия по дисциплине проводятся в аудитории, имеющей оборудование в соответствии с требованиями по конкретному направлению подготовки.

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподаватель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная.

Лаборатория личностного и профессионального развития: полиграф «Фемида», компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, телевизор, колонки, DVD-проигрыватель, музыкальные центры, видеокамера, видеоманитофоны, методические материалы (тесты, методики и т.п.), столы письменные, стулья, шкаф, трибуна настольная, стеллаж, доска аудиторная, ковровое покрытие; стекло для одностороннего просмотра для проведения фокус-групп.

Компьютерная лаборатория «Реклама и связи с общественностью»: компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в

Интернет, мультимедийный проектор, цифровые фотоаппараты, ноутбуки, справочная литература, стол аудиторный, стулья.

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа: столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Компьютерные классы: компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные. Центр интернет-ресурсов: компьютеры с выходом в Интернет, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.

Библиотека (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет: компьютеры с подключением к локальной сети филиала и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья, Wi-Fi.

Специализированный кабинет для занятий с маломобильными группами (студенты с ограниченными возможностями здоровья): Экран, компьютеры с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная, офисные кресла.