

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
 высшего образования  
**«Сочинский государственный университет»**

СОГЛАСОВАНО  
 Декан СПФ  
  
 Ю.Э. Макаревская  
 «30» 08 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ  
 Проректор по УРиКОД  
  
 А.В. Иваненк  
 «30» 08 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Коммуникационный менеджмент»**

<b>Шифр и направление подготовки</b>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
<b>Квалификация (степень) выпускника</b>	бакалавр
<b>Профиль подготовки</b>	Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах
<b>Форма обучения</b>	Заочная
<b>Выпускающая кафедра</b>	Общей психологии и социальных коммуникаций
<b>Кафедра-разработчик рабочей программы</b>	Общей психологии и социальных коммуникаций

Год набора: 2022

Курс	Трудоем- кость (час./зет.)	Лекц. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	ИКТ	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
4	216/6	8	8	-	189	+	2	Экзамен (9)
<b>Итого:</b>	216/6	8	8	-	189	+	2	Экзамен (9)

Сочи 2022 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Рабочую программу составила:

Круглова М.С., к.э.н., старший преподаватель кафедры  
общей психологии и социальных коммуникаций



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:**

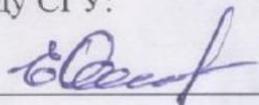
Заведующий кафедрой общей психологии  
и социальных коммуникаций



И.Б. Шуванов

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует  
библиотечному фонду СГУ:

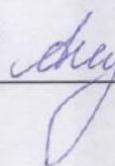
Директор НОБ



Оммуценко Е.В.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и  
методического обеспечения



Смирнова И.К.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_/20\_\_ учебный год.  
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

---

---

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Заведующий кафедрой

---

---

подпись

Ф.И.О.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является достижение следующих результатов образования: освоение аспектов рекламы и сферы связей с общественностью, соединяющей существующие научные подходы в их трактовке с примерами из отечественной практики, а также ознакомление с базовыми представлениями о формах, сферах, психологических и этических основах общения, структуре и стратегиях коммуникационного процесса.

Основные задачи дисциплины:

- изучить природу и сущность общения; этические основы делового общения и формирования современной деловой культуры, деловой этики; теории и практики ведения деловых переговоров, их организации и подготовки.

- сформировать представления о психологических особенностях коммуникации; организационно-управленческой, поисковой, аналитической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью..

- освоить тактические приемы на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;

- развить навыки позитивного общения на основе взаимопонимания, преодоления коммуникативных барьеров, личного влияния; проведения деловых бесед, коммерческих переговоров, деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации.

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО НАПРАВЛЕНИЯ 42.03.01

Дисциплина относится к части дисциплин учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>	
УК-4                   Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Иностранный язык Речевая коммуникация и деловое общение Основы копирайтинга Коммуникационный менеджмент Психология делового общения и переговорного процесса Основы теории коммуникации Научно-исследовательская практика
<b>Профессиональные компетенции, установленные вузом (ПК)</b>	
ПК-3                   Способен использовать современные технологии коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые коммуникационные стратегии	Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Коммуникационный менеджмент Психология массовых коммуникаций Основы брендинга Основы теории коммуникации Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью Визуальные технологии в рекламе и PR Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности Преддипломная практика

### 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

<b>Компетенции и индикаторы их достижения</b>		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<b>УК-4.1</b> Демонстрирует знание принципов построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации на государственном и иностранном языках; основные коммуникативные средства и терминологию в том числе на иностранном языке, используемые в академическом и профессиональном взаимодействии	<p><b>Знать:</b> принципов построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации на государственном и иностранном языках; основные коммуникативные средства и терминологию в том числе на иностранном языке, используемые в академическом и профессиональном взаимодействии в сфере коммуникационного менеджмента</p> <p><b>Уметь:</b> демонстрировать знание принципов построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации на государственном и иностранном языках; основные коммуникативные средства и терминологию в том числе на иностранном языке, используемые в академическом и профессиональном взаимодействии в сфере коммуникационного менеджмента</p> <p><b>Владеть:</b> навыками построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации на государственном и иностранном языках; основные коммуникативные средства и терминологию в том числе на иностранном языке, используемые в академическом и профессиональном взаимодействии в сфере коммуникационного менеджмента</p>

	<p><b>УК-4.2</b> Грамотно и ясно строит монологическую и диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном и иностранном языках</p>	<p><b>Знать:</b> принципы построения монологической и диалогической речи в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном и иностранном языках в сфере коммуникационного менеджмента</p> <p><b>Уметь:</b> грамотно и ясно строить монологическую и диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном и иностранном языках в сфере коммуникационного менеджмента</p> <p><b>Владеть:</b> навыками построения монологической и диалогической речи в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном и иностранном языках в сфере коммуникационного менеджмента</p>
	<p><b>УК-4.3</b> Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать информацию на государственном и иностранном языках, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; вести речевую деятельность на государственном и иностранном языках</p>	<p><b>Знать:</b> способы применения информации на государственном и иностранном языках, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; вести речевую деятельность на государственном и иностранном языках в сфере коммуникационного менеджмента</p> <p><b>Уметь:</b> воспринимать и использовать информацию на государственном и иностранном языках, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; вести речевую деятельность на государственном и иностранном языках в сфере коммуникационного менеджмента</p> <p><b>Владеть:</b> навыками применения информации на государственном и иностранном языках, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; вести речевую деятельность на государственном и иностранном языках в сфере коммуникационного менеджмента</p>
<p><b>Профессиональные компетенции (ПК)</b></p>		

<p><b>ПК-3</b> Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии</p>	<p><b>ПК-3.1</b> Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента</p>	<p><b>Знать:</b> алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента в сфере коммуникационного менеджмента  <b>Уметь:</b> применять алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента в сфере коммуникационного менеджмента  <b>Владеть:</b> навыками применения алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента в сфере коммуникационного менеджмента</p>
	<p><b>ПК-3.2</b> Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах</p>	<p><b>Знать:</b> пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах в сфере коммуникационного менеджмента  <b>Уметь:</b> находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах в сфере коммуникационного менеджмента  <b>Владеть:</b> навыками повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах в сфере коммуникационного менеджмента</p>

	<p><b>ПК-3.3</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий</p>	<p><b>Знать:</b> тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий в сфере коммуникационного менеджмента  <b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий в сфере коммуникационного менеджмента  <b>Владеть:</b> навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий в сфере коммуникационного менеджмента</p>
--	---	---

## 4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.. Человек как субъект коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации	42	2	2	-	38
2	Тема 2. Стратегии устных деловых коммуникаций. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	42	2	2	-	38
3	Тема 3. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика. Национальные особенности деловых коммуникаций.	42	2	2	-	38
4	Тема 4. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах Управление информацией. Взаимодействие с целевыми группами	43	2	2	-	39
	ИКТ	2	-	-	-	-
	Курсовая работа	36	-	-	-	36

Экзамен	9	-	-	-	-
<b>ИТОГО:</b>	<b>216</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>189</b>

### 1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.. Человек как субъект коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации	<p>Понятие общения. Общение как деятельность. Концепции, структурные компоненты, аспекты и уровни общения. Типология, цели и функции, особенности общения. Интимно-личностное, деловое, социально-ролевое общение. Специфика и основные задачи коммуникации. Проблема коммуникативной компетентности человека.</p> <p>Коммуникативные барьеры, их преодоление. Модель «значимого другого» А.В. Петровского. Личностная, объектная и обстоятельственная атрибуция. «Эффекты» межличностного восприятия (галозэффект, новизны и первичности, стереотипизации). Источники галозэффекта (факторы превосходства, привлекательности, отношения к оцениваемому). Самопрезентация в общении. Межличностная аттракция в общении. Социальные экспектации (ожидания), их роль в деловом общении. Деловое общение как взаимодействие партнеров. Теория трансактного анализа Э.Берна. Позиции в общении («родитель», «взрослый» и «дитя»). Основные типы трансакций. Взаимодополнительные, пересекающиеся, скрытые трансакции. Возможности и значение трансактного анализа в деловом взаимодействии.</p> <p>Вербальное общение (речь) как универсальная знаковая система человеческой коммуникации. Модель коммуникативного процесса. Диалог как форма речевого общения. Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Физиогномика и физиогномические стереотипы в интерпретации внешности партнера по общению. Проксемика как наука о пространственной и временной организации общения. Социальная дистанция. Организация пространства общения. Территории и зоны делового общения.</p>
2	Тема 2. Стратегии устных деловых коммуникаций. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	<p>Деловое общение как коммуникация. Информация, ее значимость и типы. Виды устных форм делового взаимодействия. Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Деловое совещание: подготовка и проведение. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение. Деловая полемика, правила ее проведения. Культура делового спора. Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение. Психологический климат во время переговоров. Компьютерная видеоконференцсвязь и ее использование в организации делового общения..</p> <p>Деловая документация. Понятие культуры общения.</p>

		<p>Принципы, правила и нормы делового общения. Официальные мероприятия в системе делового общения. Этикет и протокол официальных мероприятий. Этикет приветствия и представления. Визитная карточка, ее роль в деловом мире. Деловой подарок. Деловые приемы, их коммуникативный смысл. Организация приемов. Правила телефонных разговоров. Язык служебных документов. Правила оформления деловых посланий.</p>
3	<p>Тема 3. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика. Национальные особенности деловых коммуникаций.</p>	<p>Конфликты в деловых отношениях, их причины и разновидности. Структура конфликта. Динамика конфликта. Основные модели конфликта. Способы разрешения конфликтов: уклонение от противоречия, «сглаживание», компромисс, конфронтация, подавление (принуждение). Процедурные аспекты регулирования конфликтов: примирение, посредничество, арбитраж. Стили поведения в конфликтных ситуациях. Возможности управления конфликтной ситуацией. Предупреждение конфликтов. Средства предотвращения конфликтов и методы кризисного управления (информационный, коммуникативный, социально психологический, организационный). Управленческая и корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны управленческого взаимодействия. Актуальные проблемы кросскультурного менеджмента в области деловых коммуникаций. Общая характеристика поведения и деловых качеств представителей различных культур: европейской, конфуцианской, исламской и т.д. Национальные особенности деловых контактов народов мира: в вопросах формирования делегаций и механизма принятия решений, ценностных ориентаций, особенностей восприятия и мышления, особенностей поведения и характерных тактических приемов. Международная субкультура переговоров, их специфика в странах Запада и Востока. Проблемы деловой этики в России.</p>
4	<p>Тема 4. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах Управление информацией. Взаимодействие с целевыми группами</p>	<p>Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период: телевидение, радио, печатная пресса, альтернативные носители информации. Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия). Интервью: очное, заочное, виртуальное. Брифинг. Пресс-конференция. Виртуальная пресс-конференция в Интернете. Видеоконференции и телемосты. Совместные конференции и семинары со СМИ. Тематический образовательный семинар. Презентация. Пресстур. Пресс-клуб и пресс-пул. Неформальные встречи: пресс-завтрак, клубный вечер (party), конкурс среди журналистов на лучший материал; день прессы; ежегодный праздник газет; информационное спонсорство; роуд-шоу. Общение по телефону; опросы; организация обратной связи с участниками</p>

		мероприятия; подготовка стенгазеты; поздравление; участие в организации промо-акций, рекламных кампаний, праздников, юбилеев и т.п.
--	--	---

#### 4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.. Человек как субъект коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации	1) Заслушивание сообщений. 2) Обсуждаемые вопросы: - Понятие и типология общения (классификации Э.Берна, Н.Сагатовского и др.). - Цели, функции, принципы, специфика и основные задачи деловой коммуникации. - Модель «значимого другого» А.В. Петровского. - «Эффекты» межличностного восприятия. - Самопрезентация в общении. - Деловое общение как взаимодействие партнеров. - Возможности и значение трансактного анализа в деловом взаимодействии. 3) Обсуждение и анализ проблемы компетентности делового человека. 4) Обсуждение и анализ . интимно-личностного, делового, социально-ролевого общения. 5) Обсуждение и анализ способов преодоления коммуникативных барьеров. 6) Обсуждение и анализ позиций в общении («родитель», «взрослый» и «дитя») коммуникативной 7) Устный опрос.
2	Тема 2. Стратегии устных деловых коммуникаций. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	1) Заслушивание сообщений. 2) Обсуждаемые вопросы: - Основные типы сотрудничества со СМИ. - Налаживание контактов со СМИ. Правила общения с прессой. - Веб-сайт и электронная почта как инструмент Public Relations - Социальные сети как новый информационный канал в Public Relations. - Специфика телевидения как средства массовой информации. - Специфика радио как средства массовой информации. 3) Обсуждение и анализ правил разработки коммуникационных технологий (манипулирование информацией, приемы создания и усиления новостей). 4) Обсуждение и анализ подходов к понятию «технология».
3	Тема 3. Конфликтное взаимодействие в	1) Обсуждение и анализ планирования и организации PR-деятельности предприятия; 2) Обсуждение и анализ организации и проведения промо-акций, рекламных кампаний, праздников, юбилеев и т.п.

	деловой сфере и управленческая этика. Национальные особенности деловых коммуникаций.	3) Обсуждение и анализ организации и проведения презентации, выставки, пресс-конференции, брифинга, PR-проекта и т.п. 4) Обсуждение и анализ регистрации документов, их записи на электронные носители: составления архива публикаций организации за определенный период; 5) Проведение экзамена.
4	Тема 4. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах Управление информацией. Взаимодействие с целевыми группами	1) Заслушивание сообщений. 2) Обсуждаемые вопросы: 3) Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. 4) Этапы, логика и механизмы управления информацией. Приемы создания и усиления новостей. Алгоритм действий по работе со СМИ (мониторинг). 5) Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро; подготовка материалов для СМИ. 6) Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой.

#### 4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом

#### 4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.. Человек как субъект коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации	Работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу; подготовка к промежуточной аттестации
2	Тема 2. Стратегии устных деловых коммуникаций. Стратегии письменных деловых коммуникаций.	Работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу; подготовка к промежуточной аттестации
3	Тема 3. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика. Национальные особенности деловых коммуникаций.	Работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу; подготовка к промежуточной аттестации
4	Тема 4. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах Управление информацией. Взаимодействие с целевыми группами	Работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу; подготовка к промежуточной аттестации
5	Курсовая работа	Написание курсовой работы

## 4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 4.2.1 Литература

1. Бердников, И. П. PR-коммуникации: практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 208 с. — ISBN 978-5-394-04002-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99362.html> (дата обращения: 29.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Е. И. Мазилкина. — Москва : Эксмо, 2010. — 192 с. — ISBN 978-5-699-40886-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/907.html> (дата обращения: 29.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. — ISBN 978-5-9729-0217-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78249.html> (дата обращения: 29.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### 4.2.2 Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
1	ScienceDirect : полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. – URL: <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2	SpringerNature : полнотекстовая база данных / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3	КонсультантПлюс : справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
	Наименование ИИС
1	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017- ]. – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Текст : электронный.

#### 4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание « <a href="http://www.iprbookshop.ru">www.iprbookshop.ru</a> ». – Саратов, [2010-]. – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001– . – <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <a href="https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F">https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Комплект Сочинского государственного университета / ЭБС «Консультант студента» ; ООО «Политехресурс» – Электронная библиотека технического вуза.

	– Москва : Политехресурс, 2013 –. – URL: <a href="http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html">http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	Электронная библиотека Grebennikon / Издательский дом «Гребенников». – Москва, 1993. – . – URL: <a href="https://www.grebennikov.ru/">https://www.grebennikov.ru/</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	Сетевая электронная библиотека классических университетов / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. – Москва, [2004-]. – Режим доступа: <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
8.	Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина : сайт / Управление делами президента Российской Федерации. – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: <a href="https://www.prlib.ru/about">https://www.prlib.ru/about</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для зарегистрир. читателей Президентской библиотеки. – Текст: электронный.
9.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, [1997-]. – URL <a href="https://polpred.com/">https://polpred.com/</a> (дата обращения: 29.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

#### 4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

#### Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

#### ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие о коммуникационном менеджменте
2. Коммуникационный менеджмент как процесс
3. Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации
4. Функции менеджера в сфере коммуникаций
5. Выбор аудиторий и средств коммуникации
6. Организация работ по реализации планов в сфере коммуникационного менеджмента
7. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих отношений, школа социальных систем)
8. Структура коммуникаций в организации
9. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
10. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.
11. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
12. Этапы коммуникации
13. Система внешних коммуникаций организации.

14. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации
15. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
16. Особенности проведения информационных кампаний
17. Коммуникационный менеджмент в стратегическом управлении организацией
18. Виды межличностной коммуникации
19. Этапы процесса межличностной коммуникации
20. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации
21. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации
22. Работа с персоналом в кризисных ситуациях
23. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
24. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
25. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов
26. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе
27. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек
28. Понятие о коммуникационных сетях
29. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.
30. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.
31. Понятие об информационной войне.
32. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами
33. Коммуникационный менеджмент в работе с общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
34. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм
35. Развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
36. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.
37. Технология планирование работ.
38. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.
39. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.
40. Техника проведения коммуникационной политики
41. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики
42. Назначение, структура и состав отдела со связями с общественностью
43. Организация текущей работы отдела по связям с общественностью
44. Основные знания и умения специалиста в сфере PR.
45. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран
46. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных стран в коммуникационном менеджменте

**Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:**

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций. В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и

приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

**Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен):**

Оценка «**отлично**» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка «**хорошо**» выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

**Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (зачет)**

Оценка «**зачтено**» - ответ на вопрос билета полный и правильный, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Изложение материала при ответах на вопрос построено грамотно, в определенной логической последовательности. Обучающийся показывает владение всеми индикаторами достижения компетенций дисциплины.

Оценка «**не зачтено**» - обучающийся не отвечает на вопросы или допускает грубые, существенные ошибки при ответах. Не демонстрирует владения индикаторами достижения компетенций по дисциплине.

## **5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины**

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

### **Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям.**

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

### **Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.**

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

### **Методические рекомендации студентам по подготовке к экзамену.**

При подготовке к экзамену следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение. На зачете студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею.

## **5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине**

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

## **5.3 Особенности преподавания дисциплины**

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

- Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

- Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

- Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

#### **5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Студенты в полном объеме обеспечены библиотечной учебной и учебно-методической литературой. Отдел справочно-библиографических и электронных систем библиотеки СГУ включает в свою структуру читальный зал электронных ресурсов.

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Таблица 5 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows.
2	Microsoft Office
3	Архиватор 7-zip. Бесплатное программное обеспечение
4	Справочно-правовая система Консультант Плюс

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

#### **5.5. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

## Приложение к рабочей программе дисциплины

### 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

#### Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

### АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

#### «Коммуникационный менеджмент»

*Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений  
Заочная форма обучения*

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	6 / 216
<b>Цель изучения дисциплины</b>	достижение следующих результатов образования: освоение аспектов рекламы и сферы связей с общественностью, соединяющей существующие научные подходы в их трактовке с примерами из отечественной практики, а также ознакомление с базовыми представлениями о формах, сферах, психологических и этических основах общения, структуре и стратегиях коммуникационного процесса
<b>Содержание дисциплины</b>	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.. Человек как субъект коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации Тема 2. Стратегии устных деловых коммуникаций. Стратегии письменных деловых коммуникаций. Тема 3. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика. Национальные особенности деловых коммуникаций. Тема 4. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах Управление информацией. Взаимодействие с целевыми группами
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) ПК-3 Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии
<b>Коды и наименование индикатора достижения компетенции</b>	УК-4.1 Демонстрирует знание принципов построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации на государственном и иностранном языках; основные коммуникативные средства и терминологию в том числе на иностранном языке, используемые в академическом и профессиональном взаимодействии УК-4.2 Грамотно и ясно строит монологическую и диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном и иностранном языках УК-4.3 Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать информацию на государственном и иностранном языках, полученную из печатных и электронных источников для

	<p>решения стандартных коммуникативных задач; вести речевую деятельность на государственном и иностранном языках</p> <p>ПК-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента</p> <p>ПК-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их направленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах</p> <p>ПК-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий</p>
<b>Дисциплины, участвующие в формировании компетенции</b>	<p>Иностранный язык, Речевая коммуникация и деловое общение</p> <p>Основы копирайтинга, Психология делового общения и переговорного процесса, Основы теории коммуникации, Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью, Психология массовых коммуникаций</p> <p>Основы брендинга, Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью, Визуальные технологии в рекламе и PR, Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности, Научно-исследовательская практика, Преддипломная практика</p>
<b>Образовательные технологии</b>	<p>Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение курсовой работы.</p>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<p>Курсовая работа, Экзамен</p>