МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель направления

проф.,д.э.н.,проф.
(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

(подпись)
« 14 » мая 2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Коммуникационный менеджмент»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в социально-политической сфере
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург– 2021

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

Доц., д.ф.н., доц.	10.05.2021	С.Н. Коробкова
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«_12_» ____05_____ 2021 г, протокол № _10__

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н.,проф.	12.05.2021	К.В. Лосев
(уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(01)

проф.,д.э.н.,проф.	12.05.2021	К.В. Лосев
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц.,к.п.н.,доц.	14.05.2021	И.М. Евдокимов
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в социально-политической сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-1 «Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с коммуникационными процессами в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; с коммуникационными технологиями продвижения интересов организации, конкурентных свойств товаров и услуг.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия (семинары), самостоятельная работа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский »

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Цель дисциплины – получение знаний и формирование навыков выстраивания профессиональной коммуникации на полях взаимодействия, образованных государственными структурами, негосударственными, общественными и коммерческими учреждениями и организациями.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.З.1 знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.В.1 владеть навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

– «Основы интегрированных коммуникаций»,
– «Технология управления общественным мнением».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

– «Медиакоммуникации в социально-политической сфере»,
– «Производственная преддипломная практика».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№9
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	4/ 144	4/ 144
Из них часов практической подготовки	16	16
Аудиторные занятия, всего час.	24	24
в том числе:		
лекции (Л), (час)	8	8

практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	16	16
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	9	9
Самостоятельная работа, всего (час)	111	111
***Вид промежуточной аттестации*:** зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: **кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 9					
Тема 1. Коммуникационный менеджмент - основа управления в организации	1	2	0	0	13
Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс	1	2	0	0	14
Тема 3. Эффективность управления коммуникациями	1	2	0	0	14
Тема 4. Коммуникационная сеть. Типы коммуникационных сетей	1	2	0	0	14
Тема 5. Управление внешними коммуникациями. Лоббирование	1	2	0	0	14
Тема 6. Коммуникационный менеджмент некоммерческих организаций	1	2	0	0	14
Тема 7. Коммуникационный менеджмент органов государственной власти	1	2	0	0	14
Тема 8. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	1	2	0	0	14
Итого в семестре:	8	16			111
Итого:	8	16	0	0	111

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	**Коммуникационный менеджмент - основа управления в организации.** Анализ научных подходов, используемых для изучения коммуникационного менеджмента в организации. Системный подход. Системно-функциональный подход. Воспроизводственный подход. Маркетинговый подход. Интеграционный подход. Динамический подход. Нормативный подход. Количественный подход. Поведенческий подход. Типы и виды коммуникации: межличностная, групповая, массовая; вертикальные, горизонтальные, диагональные, внешние, внутренние. Формы коммуникации: дискуссии, совещания, заседания, переговоры, брифинги, пресс-конференции, презентации, прием по личным вопросам, телефонные разговоры, деловую переписку и др. Базовая модель коммуникации Г. Лассвелла. Типологические модели коммуникационного менеджмента: концепции пропаганды, теории «паблик рилейшнз» по Айви Ли, Э.Бернайсу, С.Блэку, Дж.Грюнигу. Коммуникация и управленческое решение. Коммуникация и проектная деятельность.
2	**Коммуникационный менеджмент как процесс.** Содержание управленческой деятельности. Функции управления. Содержание деятельности по управлению коммуникацией. Особенности коммуникационного менеджмента при линейно-функциональной, дивизионной и матричной организационных структурах. Характер коммуникационного менеджмента при вертикальной, горизонтальной и смешанной типах интеграции бизнеса. Управление коммуникациями на разных этапах жизненного цикла организации.
3	**Эффективность управления коммуникациями.** Планирование коммуникаций. Принципы коммуникационного планирования. Стратегическое и тактическое планирование. Принципы стратегического планирования в менеджменте. Анализ среды. Компоненты анализа среды. Внешнее окружение организации. Анализ макроокружения. Компоненты общего внешнего окружения организации. Анализ непосредственного (делового) окружения. Узкий (специализированный) подход к анализу среды в КМ. Широкий (системный) подход к анализу среды в КМ. Классификация субъектов внешней среды в КМ. Стратегическое и тактическое коммуникационное планирование
4	**Типы коммуникационных сетей в организации и информационная политика.** Типы коммуникативных структур. Выстраивание коммуникационных каналов. Информационная политика организаций в информационном обществе. Информационный капитал и нематериальные активы бизнеса. Организации разных секторов общества как информационные операторы информационного сектора общества. Три направления в определении понятия «информационная политика»: фундаментально-теоретическое, теоретико-прикладное и проблемно-прикладное. Коммуникационный аудит. Составление технического задания на проведение коммуникационного аудита.
5	**Управление внешними коммуникациями. Лоббирование.** Внешние связи организации:

	- финансовые круги; - средства массовой коммуникации; - государственные учреждения; - гражданские группы людей (защитники окружающей среды, представители меньшинств, ассоциации потребителей); - местные контактные аудитории; - широкая публика; -внутренние контактные аудитории. Феномен лоббирования.
6	**Коммуникационный менеджмент некоммерческих организаций.** Состав третьего сектора. Цели организаций «третьего сектора» (некоммерческих организаций, NR-агентств). Социальные, благотворительные, культурные, научные или управленческие цели. Формы создания некоммерческих организаций. Общественные объединения. Организационно-правовые формы общественных объединений (общественная организация; общественное движение; общественный фонд; общественное учреждение; орган общественной самодеятельности). Основные группы отношений третьего сектора. Внутренние и внешние связи между организациями «третьего сектора» — S2S. Отношения между организациями «третьего сектора» и частными лицами —S2P. Независимые частные лица как сторонники, волонтеры, критики, эксперты и заинтересованные наблюдатели инициатив «третьего сектора». Форматы отношений организаций «третьего сектора» и органов государственной власти (S2G). Виды НКО по характеру взаимодействия с государственным сектором. 1. НКО, которые заинтересованы в использовании ресурсов, имеющихся у властных структур. 2. НКО, осуществляющие контроль за действиями властных структур. 3. НКО - посредники, представляющие интересы других НКО перед властными структурами. Представительство НКО в совещательных и консультационных органах при властных структурах как форма обратной связи между властью и НКО. Отношения между организациями «третьего сектора» и организациями «информационного сектора» (S2I). Отношения S2B. Факультативный и имиджевый характер взаимодействия для бизнеса. Фандрайзинг как комплексная коммуникационная деятельность S2B. Деловые отношения организаций «третьего сектора» с коммерческими организациями.
7	**Коммуникационный менеджмент органов государственной власти.** Основные направления внешнего и внутреннего коммуникационного менеджмента органов исполнительной и законодательной власти. Внешние контакты органов власти по функциям организации, по взаимодействию в рамках текущих государственных задач, по обращениям сторонних организаций и граждан. Организационные формы работы законодательной власти с общественностью и представительными органами местного самоуправления. Основные задачи коммуникации G2B. Сотрудничество органов власти и организаций «третьего сектора» (G2S). Связи органов власти с «информационным сектором». Содержание коммуникаций G2P. Взаимодействие органов власти с населением. Построение системы открытого участия граждан в делах муниципальных органов. PR-технологии в работе с населением административных органов власти. Изучение общественного мнения с целью

	выявления наиболее социально значимых проблем. Расширение контактов с гражданским обществом. Информирование общественности о деятельности законодательной / исполнительной власти. Участие населения в процессе законотворчества при обсуждении законопроектов в СМИ, на различных дискуссионных площадках, в работе общественных образований при областном парламенте. Возможности использования СМИ в формировании взаимодействия населения и администрации. Использование информационных технологий для обеспечения свободного доступа граждан к информации органов государственной власти и местного самоуправления. Понятие «киберполитика», «цифровая (дигитальная, электронная, кибер-) демократия». Расширение политического участия граждан и возможностей представительной демократии как цель электронной демократии. Государственные информационно-управленческие системы класса «электронное государство» (e-government, eGov) и их составляющие («электронное правительство», «электронный парламент», «электронное правосудие»).
8	**Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе** Условия развития КМ в бизнес-сфере. Деловая среда организации и бизнес-коммуникации. Направления коммуникаций между коммерческими организациями. Подгруппа внешних связей B2B. Связи и отношения организации, установленные с партнерами по бизнесу, корпоративными клиентами и потребителями продукции, конкурентами; операторами рыночной инфраструктуры; консультантами и аналитиками; инвесторами. Понятие рыночной инфраструктуры и ее сегменты. Субъекты предпринимательской деятельности, различающиеся по величине бизнеса; правовому статусу в обществе; степени развития конфликта интересов и психологической напряженности связей с субъектом бизнес-отношений; отраслевой ориентации бизнеса. Связи коммерческих структур с органами власти и управления. Виды контактов в сфере B2G. Взаимодействие бизнеса с организациями «третьего сектора». Благотворительность. Отношения с профессиональными объединениями с целью получения инфраструктурных либо социальных услуг. Подгруппа деловой среды, ориентированная на информационный сектор — B2I. Связи и отношения организации, установленные с операторами информационного сектора (кроме СМИ); информационными системами; средствами массовой информации; влиятельными журналистами и аналитиками. Направления взаимоотношений. Маркетингово-рекламная деятельность, пользование информационными системами и коммуникации PR. Подгруппа B2P. Связи и отношения представителей организации, установленные со служебными целями развития бизнеса; со служебными целями создания благожелательной среды деятельности организации; с личными целями и во имя собственных интересов; бесцельно. Сегментация группы P (клиенты, сотрудники, индивидуальные партнеры бизнеса). Отношения коммерческих организаций с частными лицами - клиентским массивом (B2P). Индекс прибыльности. Индекс удовлетворенности. Индекс лояльности. Трудовые отношения коммерческой организации с человеческими ресурсами. Физические лица - индивидуальные партнеры бизнеса в консалтинге (аудиторы, консультанты, оценщики, эксперты), в производстве нетиповой, интеллектуальной или художественной продукции (художники,

	ювелиры, писатели). Официальные (наделенные полномочиями) представители деловых партнеров и иных сотрудничающих или намеревающихся сотрудничать с организацией операторов рынка. Личные контакты и связи.

Примечание: по усмотрению преподавателя, лекционные занятия могут сопровождаться демонстрацией слайдов или учебных фильмов, находящихся в свободном доступе.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 9					
1.	Коммуникационный менеджмент - основа управления в организации.	«Перевернутый класс».	2	2	1
2.	Коммуникационный менеджмент как процесс.	Имитационное занятие.	2	2	2
3.	Эффективность управления коммуникациями.	Мини-проект «Коммуникационная среда организации N: SWOT-анализ».	2	2	3
4.	Типы коммуникационных сетей в организации.	Практические задания (текущий контроль).	2	2	4
5.	Анализ внешних коммуникаций в организации.	Практические задания (текущий контроль).	2	2	5
6.	Коммуникационный менеджмент некоммерческих организаций.	Групповая дискуссия	2	2	6
7.	Коммуникационный менеджмент органов государственной власти.	Кейсы.	2	2	7
8.	Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде.	Изучение исследовательского опыта. Дискуссия.	2	2	8
Всего			16	16	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 9, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	50	50
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	20	20
Контрольные работы заочников (КРЗ)	10	10
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	21	21
Всего:	111	111

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://urait.ru/bcode/472133	Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для	

	вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 351 с.	
005 Л 79	Лосев К.В. Коммуникационный менеджмент [Текст] : учебное пособие / К. В. Лосев ; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2016. – 80 с.	34
URL: https://urait.ru/bcode/411525	Гавра Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://www.communicology.us/	Коммуникология: международный научный журнал
https://www.rwr.ru/	Реклама в России: аналитика, кейсы и др.

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, переносной набор демонстрационного оборудования	Аудиторный фонд ГУАП
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, переносной набор демонстрационного оборудования	Аудиторный фонд ГУАП
3	Помещения для самостоятельной работы, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду ГУАП	Аудиторный фонд ГУАП
4	Аудитории общего пользования, предназначенные для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Аудиторный фонд ГУАП

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средствдля проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Задачи.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«хорошо» «зачтено»	– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1.	Виды коммуникационных стратегий.	ПК-1.З.1
2.	Влияние политической культуры населения на возможности управления.	ПК-1.З.1
3.	Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.	ПК-1.З.1
4.	Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.	ПК-1.З.1
5.	Коммуникационная политика организации по отношению к неформальной коммуникации.	ПК-1.З.1
6.	Критерии эффективности в управлении коммуникациями.	ПК-1.З.1
7.	Критерии эффективности управления внутрифирменными коммуникациями.	ПК-1.З.1
8.	Нравственные нормы межличностных коммуникаций.	ПК-1.З.1
9.	Отношения коммерческих организаций с частными лицами в контексте коммуникационного менеджмента.	ПК-1.З.1
10.	Паблик рилейшнз – как важнейшее звено в управлении коммуникациями.	ПК-1.З.1
11.	Постановка целей, выбор канала и оценка его эффективности в медиапланировании.	ПК-1.З.1
12.	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом.	ПК-1.З.1
13.	Принципы планирования информационной кампании.	ПК-1.З.1

14.	Проблемы разграничения управления и манипулирования.	ПК-1.З.1
15.	Пропаганда и лоббирование как виды коммуникативной технологии.	ПК-1.З.1
16.	Репутационно-имиджевое направление работы в коммуникационном менеджменте.	ПК-1.З.1
17.	Роль взаимодействия со СМИ при проведении коммуникационных кампаний.	ПК-1.З.1
18.	Специфика управленческих решений на всех этапах коммуникационного процесса.	ПК-1.З.1
19.	Технологии управления общественным мнением.	ПК-1.З.1
20.	Технологическое направление в деятельности менеджера по коммуникациям.	ПК-1.З.1
21.	Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.	ПК-1.З.1
22.	Формы и методы управления коммуникационным процессом.	ПК-1.З.1
23.	Формы организации коммуникационного менеджмента в организации.	ПК-1.З.1
24.	Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.	ПК-1.З.1
25.	Функции и организация информационных служб при правительственных органах.	ПК-1.З.1
26.	Функции и сфера применения коммуникационного менеджмента.	ПК-1.З.1
27.	Функции менеджера по коммуникациям в органах исполнительной, законодательной и судебной власти.	ПК-1.З.1
28.	Этапы осуществления информационной кампании.	ПК-1.З.1
29.	Осуществить и презентировать SWOT-анализ коммуникационной среды организации N.	ПК-1.В.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	Не предусмотрено	

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
1	Теоретические исследования в области коммуникационного менеджмента
2	Модели коммуникационного менеджмента
3	Создание и реализация коммуникационной программы
4	Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации
5	Виртуальные сетевые коммуникации
6	Информационные технологии в коммуникации
7	Коммуникационные стратегии
8	Технологии коммуникационного воздействия
9	Управление внутренними коммуникациями организации
10	Управление внешними коммуникациями организации
11	Связи с общественностью как система коммуникации
12	Связи с общественностью в международных отношениях
13	Управление коммуникативными конфликтами
14	Технологии политической коммуникации
15	PR в некоммерческом секторе

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

– получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;

– получение опыта творческой работы совместно с преподавателем и развитие профессионально-деловых качеств;

– формирование интереса к предмету, необходимого для самостоятельной работы и самостоятельного творческого мышления;

– получение навыка методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);

– получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий;

– формирование умения осуществлять компетентный поиск информации.

Структура предоставления лекционного материала:

– ступенчатый – поступательное изложение вопросов с фактами, с общим выводом в конце лекции;

- концентрический – формулировка основной мысли, которая затем детализируется.

Учебно-методический материал, рекомендуемый для освоения теоретического курса по данной дисциплине, имеется в ЭБС ГУАП (Юрайт, Znanium).

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах.

Основная часть практических занятий по дисциплине проводится в форме *семинара*. Цель семинарских занятий – углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях, в процессе самостоятельной работы с учебной литературой и другими информационными источниками, включая электронные. В соответствии с ведущей дидактической целью, содержанием семинарских занятий являются узловые, слабо систематизированные, трудные для понимания и усвоения темы. Практическая деятельность на семинаре демонстрирует умение обучающегося систематизировать и анализировать информацию, аргументировать свою позицию, формирует навык самопрезентации, публичного выступления, участия в дискуссии, корректного ведения спора, управления эмоциями.

Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности. При подготовке к семинарскому занятию по обозначенной теме необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара, медиаматериалами, актуальными исследованиями.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий.

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Планируемые результаты при освоении обучающимся материала практических занятий:

– закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;

– развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;

– овладение новыми методами и методиками изучения конкретных явлений;

– выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;

– обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм работы.

Требования к организации практических занятий.

Главная организационная задача на практических занятиях – включение в практическую деятельность каждого обучающегося. Для реализации индивидуально ориентированного обучения, по усмотрению преподавателя, обучающимся могут быть предложены индивидуальные задания в рамках общей темы, что позволяет наиболее адекватно и эффективно формировать образовательные и профессиональные умения и навыки.

По характеру выполняемых обучающимися заданий на практических занятиях они подразделяются на такие, как:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;

- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения обучающимися новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся заочной формы обучения являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (размещаются в методическом кабинете кафедры истории и философии: https://hf-guap.ru/k61/hiph-metodicheskij-kabinet/, а также материал может быть предоставлен обучающимся в ЭОИС ГУАП (LMS, ЛК)).

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает, в том числе, использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Обучающиеся должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять задания по указанию преподавателя.

Задания, выполняемые по поручению преподавателя, оцениваются по следующим критериям:

– степень и уровень выполнения задания;
– аккуратность в оформлении работы;
– использование специальной литературы;
– сдача задания в срок.

По дисциплине «Коммуникационный менеджмент» обучающимся предлагается выполнение мини-проекта «Коммуникационная среда организации», который является обязательным условием промежуточной аттестации. Темы и методические материалы для выполнения работы размещаются в ЭОИС ГУАП (LMS, ЛК).

Групповые и индивидуальные консультации. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить консультации за счет общего бюджета времени, отведенного на контактную работу. Консультации могут носить как индивидуальный, так и групповой характер. Время консультаций устанавливаются в зависимости от учебного расписания преподавателя и студентов. Консультации могут проводиться как лично, так и дистанционно (с применением цифровых ресурсов), например, через электронную почту. Адрес электронной почты преподавателя для связи указан в личном кабинете и доступен по адресу: http://pro.guap.ru/exters/professors.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся и осуществляется в течение учебной сессии с целью оценивания хода освоения дисциплины. Конкретные формы и методы текущего контроля определяет преподаватель в соответствии со своим учебным планом и актуальными целями и задачами по реализации дисциплины.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя экзамен – форму оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Представление отчета по мини-проекту, ориентированного на решение практической задачи, является обязательной частью промежуточной аттестации.

Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Аттестация может проводиться как в традиционной форме (устный ответ по вопросам), так и с применением иных педагогических технологий и методик, включая цифровые.

Оценивание студента происходит с учётом его работы в течение семестра и осуществляется по формуле:

$$О_{итоговая} = О_{накопленная} + О_{проектная} + О_{итогового\ контроля}$$

a) Накопленная оценка проставляется за активность обучающегося на практических занятиях, прохождение текущего контроля и выполнение самостоятельной работы.
b) Проектная оценка проставляется за защиту творческой работы по курсу.
c) Оценка итогового контроля проставляется за прохождение контрольного испытания по курсу в формате, определенным рабочим учебным планом.

Для оценивая результатов освоения дисциплины, как правило, применяется рейтинговая система (100-бальная/10-бальная). Ознакомиться с рейтинговой системой можно на сайте гуманитарного факультета ГУАП: https://hf-guap.ru/rating/. Округление оценки производится в пользу обучающегося. Экзаменационная оценка выставляется по 5-балльной системе на основании рейтинга достижений студента по освоению курса или устного ответа по билетам.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой