

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)
«22» июня 2023 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 коммерческой сфере |
| Форма обучения | заочная |

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)
проф. д.ф.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)  10.06.2023
(подпись/дата) С.Н. Коробкова
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62
«13» июня 2023 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой № 62
д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)  13.06.2023
(подпись, дата) К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(02)
проф. д.э.н., проф.
(должность, уч. степень, звание)  13.06.2023
(подпись, дата) К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по исторической работе
доц. к.п.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)  13.06.2023
(подпись, дата) И.М. Евдокимов
(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 коммерческой 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 обучающегося.

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-1.3.1 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»,
- «Менеджмент в профессиональной деятельности».

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

- «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 | 10 | 10 |
| Аудиторные занятия, всего час. | 16 | 16 |
| в том числе: | | |
| лекции (Л), (час) | 6 | 6 |
| практические/семинарские занятия (ПЗ), | 10 | 10 |

| | | |
|---|------|------|
| (час) | | |
| лабораторные работы (ЛР), (час) | | |
| курсовой проект (работа) (КП, КР), (час) | | |
| экзамен, (час) | 9 | 9 |
| Самостоятельная работа , всего (час) | 119 | 119 |
| 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 | 0,5 | 1 | 0 | 0 | 15 |
| Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс | 0,5 | 1 | 0 | 0 | 16 |
| Тема 3. Эффективность управления коммуникациями | 1 | 1 | 0 | 0 | 16 |
| Тема 4. Коммуникационная сеть. Типы коммуникационных сетей | 1 | 1 | 0 | 0 | 16 |
| Тема 5. Управление внешними коммуникациями. Лоббирование | 1 | 2 | 0 | 0 | 14 |
| Тема 6. Коммуникационный менеджмент некоммерческих организаций | 1 | 2 | 0 | 0 | 14 |
| Тема 8. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе | 1 | 2 | 0 | 0 | 14 |
| Итого в семестре: | 6 | 10 | | | 119 |
| Итого: | 6 | 10 | 0 | 0 | 119 |

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 | <p>Коммуникационный менеджмент - основа управления в организации.</p> <p>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.</p> <p>Типы и виды коммуникации: межличностная, групповая, массовая; вертикальные, горизонтальные, диагональные, внешние, внутренние.</p> <p>Формы коммуникации: дискуссии, совещания, заседания, переговоры, брифинги, пресс-конференции, презентации, прием по личным вопросам, телефонные разговоры, деловую переписку и др.</p> <p>Базовая модель коммуникации Г. Лассвелла. Типологические модели коммуникационного менеджмента: концепции пропаганды, теории «паблик рилейшнз» по Айви Ли, Э.Бернайсу, С.Блэку, Дж.Грюнигу.</p> <p>Коммуникация и управленческое решение. Коммуникация и проектная деятельность.</p> |
| 2 | <p>Коммуникационный менеджмент как процесс.</p> <p>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.</p> |
| 3 | <p>Эффективность управления коммуникациями.</p> <p>Планирование коммуникаций. Принципы коммуникационного планирования. Стратегическое и тактическое планирование. Принципы стратегического планирования в менеджменте.</p> <p>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</p> |
| 4 | <p>Типы коммуникационных сетей в организации и информационная политика.</p> <p>Типы коммуникативных структур. Выстраивание коммуникационных каналов.</p> <p>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.</p> <p>Коммуникационный аудит. Составление технического задания на проведение коммуникационного аудита.</p> |
| 5 | <p>Управление внешними коммуникациями. Лоббирование.</p> <p>Внешние связи организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - финансовые круги; - средства массовой коммуникации; - государственные учреждения; |

| | |
|---|---|
| | <p>- гражданские группы людей (защитники окружающей среды, представители меньшинств, ассоциации потребителей);</p> <p>- местные контактные аудитории;</p> <p>- широкая публика;</p> <p>-внутренние контактные аудитории.</p> <p>Феномен лоббирования.</p> |
| 6 | <p>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.</p> <p>Общественные объединения. Организационно-правовые формы общественных объединений (общественная организация; общественное движение; общественный фонд; общественное учреждение; орган общественной самодеятельности).</p> <p>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.</p> <p>Отношения между организациями «третьего сектора» и организациями «информационного сектора» (S2I).</p> <p>Отношения S2B. Факультативный и имиджевый характер взаимодействия для бизнеса. Фандрайзинг как комплексная коммуникационная деятельность S2B. Деловые отношения организаций «третьего сектора» с коммерческими организациями.</p> |
| 7 | <p>Коммуникационный менеджмент органов государственной власти.</p> <p>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.</p> <p>Организационные формы работы законодательной власти с общественностью и представительными органами местного самоуправления.</p> <p>Основные задачи коммуникации G2B. Сотрудничество органов власти и организаций «третьего сектора» (G2S). Связи органов власти с «информационным сектором».</p> <p>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</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>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.</p> <p>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»).</p> |
| 8 | <p>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 В2В. Связи и отношения организации, установленные с партнерами по бизнесу, корпоративными клиентами и потребителями продукции, конкурентами; операторами рыночной инфраструктуры; консультантами и аналитиками; инвесторами.</p> <p>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.</p> <p>Связи коммерческих структур с органами власти и управления. Виды контактов в сфере В2G.</p> <p>Взаимодействие бизнеса с организациями «третьего сектора». Благотворительность. Отношения с профессиональными объединениями с целью получения инфраструктурных либо социальных услуг.</p> <p>Подгруппа деловой среды, ориентированная на информационный сектор — В2I. 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.</p> <p>Подгруппа В2P. 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).</p> <p>Отношения коммерческих организаций с частными лицами - клиентским массивом (В2P). Индекс прибыльности. Индекс удовлетворенности. Индекс лояльности.</p> <p>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</p> |

| |
|-------------------|
| контакты и связи. |
|-------------------|

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». | 1 | 2 | 1 |
| 2. | Коммуникационный менеджмент как процесс. | Имитационное занятие. | 1 | 2 | 2 |
| 3. | Эффективность управления коммуникациями. | Мини-проект «Коммуникационная среда организации N: SWOT-анализ». | 1 | 2 | 3 |
| 4. | Типы коммуникационных сетей в организации. | Практические задания (текущий контроль). | 1 | 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. | Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде. | Изучение исследовательского опыта. Дискуссия. | 2 | 2 | 8 |
| Всего | | | 10 | 10 | |

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) | 12 | 12 |
| Домашнее задание (ДЗ) | 20 | 20 |
| Контрольные работы заочников (КРЗ) | 16 | 16 |
| Подготовка к промежуточной аттестации (ПА) | 21 | 21 |
| Всего: | 119 | 119 |

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/514234 | 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, 2023. — 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/511672 | Гавра Д. П. Основы теории | |

| | | |
|--|---|--|
| | коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 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 |
|-------|-------------------------------------|
| 1 | Microsoft Windows, Microsoft Office |

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 |
|-------|--------------|
| 1 | ЭБС ZNANIUM |

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

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 | Аудиторный фонд ГУАП |

| | | |
|---|---|-------------------------|
| | представления учебной информации большой аудитории, переносной набор демонстрационного оборудования | |
| 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 средств для 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; Практическое задание. |

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 | Характеристика сформированных компетенций |
|----------------------------------|---|
| 5-балльная шкала | |
| «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. |
| «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; |

| Оценка компетенции | Характеристика сформированных компетенций |
|---------------------------------------|---|
| 5-балльная шкала | |
| | <ul style="list-style-type: none"> – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. |
| «неудовлетворительно» «не зачтено» | <ul style="list-style-type: none"> – 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-1.3.1 |
| 2. | Влияние политической культуры населения на возможности управления. | ПК-1.3.1 |
| 3. | Деятельность менеджера по управлению информационными потоками. | ПК-1.3.1 |
| 4. | Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия. | ПК-1.3.1 |
| 5. | Коммуникационная политика организации по отношению к неформальной коммуникации. | ПК-1.3.1 |
| 6. | Критерии эффективности в управлении коммуникациями. | ПК-1.3.1 |
| 7. | Критерии эффективности управления внутрифирменными коммуникациями. | ПК-1.3.1 |
| 8. | Нравственные нормы межличностных коммуникаций. | ПК-1.3.1 |
| 9. | Отношения коммерческих организаций с частными лицами в контексте коммуникационного менеджмента. | ПК-1.3.1 |
| 10. | Паблик рилейшнз – как важнейшее звено в управлении коммуникациями. | ПК-1.3.1 |
| 11. | Постановка целей, выбор канала и оценка его эффективности в медиапланировании. | ПК-1.3.1 |
| 12. | Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом. | ПК-1.3.1 |
| 13. | Принципы планирования информационной кампании. | ПК-1.3.1 |
| 14. | Проблемы разграничения управления и манипулирования. | ПК-1.3.1 |
| 15. | Пропаганда и лоббирование как виды коммуникативной технологии. | ПК-1.3.1 |
| 16. | Репутационно-имиджевое направление работы в коммуникационном менеджменте. | ПК-1.3.1 |
| 17. | Роль взаимодействия со СМИ при проведении коммуникационных кампаний. | ПК-1.3.1 |
| 18. | Специфика управленческих решений на всех этапах коммуникационного процесса. | ПК-1.3.1 |
| 19. | Технологии управления общественным мнением. | ПК-1.3.1 |
| 20. | Технологическое направление в деятельности менеджера по | ПК-1.3.1 |

| | | |
|-----|---|----------|
| | коммуникациям. | |
| 21. | Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе. | ПК-1.3.1 |
| 22. | Формы и методы управления коммуникационным процессом. | ПК-1.3.1 |
| 23. | Формы организации коммуникационного менеджмента в организации. | ПК-1.3.1 |
| 24. | Формы работы с общественностью политических и общественных организаций. | ПК-1.3.1 |
| 25. | Функции и организация информационных служб при правительственных органах. | ПК-1.3.1 |
| 26. | Функции и сфера применения коммуникационного менеджмента. | ПК-1.3.1 |
| 27. | Функции менеджера по коммуникациям в органах исполнительной, законодательной и судебной власти. | ПК-1.3.1 |
| 28. | Этапы осуществления информационной кампании. | ПК-1.3.1 |
| 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 |
|-------|--|----------------|
| 1 | Приведите примеры двусторонней симметричной коммуникации | ПК-1.В.1 |
| 2 | Какие коммуникационные модели используются в международном PR | ПК-1.3.1 |
| 3 | Опишите общую модель этапов проведения кампании по связям с общественностью | ПК-1.3.1 |
| 4 | Приведите примеры использования сетевых PR-технологий | ПК-1.В.1 |
| 5 | Перечислите особенности проведения мероприятий по связям с общественностью в НКО | ПК-1.3.1 |
| 6 | Проведите сравнение рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью | ПК-1.3.1 |
| 7 | Разработайте план мероприятий по улучшению коммуникации в вашей команде. В плане должны быть указаны цели, задачи, сроки и ответственные лица. | ПК-1.В.1 |
| 8 | Разработайте стратегию коммуникации для новой услуги. В стратегии должны быть определены цели, аудитория, каналы | ПК-1.В.1 |

| | | |
|----|---|----------|
| | коммуникации и инструменты. | |
| 9 | Опишите процесс управления коммуникациями в организации | ПК-1.3.1 |
| 10 | Какие методы и технологии используются в коммуникационном менеджменте в коммерческом секторе для повышения эффективности взаимодействия с клиентами и партнерами? | ПК-1.3.1 |

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, приходиться 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.

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, 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 периодически в течение семестра 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:

$$O_{\text{итоговая}} = O_{\text{накопленная}} + O_{\text{проектная}} + O_{\text{итогового контроля}}$$

- 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 опроса по экзаменационным вопросам.

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 |
|---|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |