

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

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
 Ответственный за образовательную
 программу

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

К.В. Лосев _____
 (инициалы, фамилия)

_____ (подпись)
 «27» июня 2024 г

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

проф., д.ф.н., доц _____
 (должность, уч. степень, звание)


 11.06.2024
 (подпись, дата)

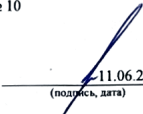
С.Н. Коробкова _____
 (инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«11» июня 2024 г, протокол № 10

Заведующий кафедрой № 62

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


 11.06.2024
 (подпись, дата)

К.В. Лосев _____
 (инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д.и.н., доц _____
 (должность, уч. степень, звание)


 11.06.2024
 (подпись, дата)

Л.Ю. Гусман _____
 (инициалы, фамилия)

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
Год приема	2024

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 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».
- «Государственная итоговая аттестация».

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		1	0	0	16
Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс	1	1	0	0	16
Тема 3. Эффективность управления коммуникациями	1	1	0	0	16
Тема 4. Коммуникационная сеть. Типы коммуникационных сетей	1	2	0	0	14
Тема 5. Управление внешними коммуникациями. Лоббирование	1	1	0	0	14
Тема 6. Коммуникационный менеджмент некоммерческих организаций	1	1	0	0	14
Тема 7. Коммуникационный менеджмент органов государственной власти		1			
Тема 8. Коммуникация в цифровой среде	1	2			
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	Коммуникационный менеджмент - основа управления в организации.

	<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 проекта.</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.</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. Организации разных секторов общества как информационные операторы информационного сектора общества.</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; - гражданские группы людей (защитники окружающей среды, представители меньшинств, ассоциации потребителей); - местные контактные аудитории; - широкая публика; - внутренние контактные аудитории. <p>Феномен лоббирования.</p>
6	<p>Коммуникационный менеджмент некоммерческих организаций.</p> <p>Состав третьего сектора. Цели организаций «третьего сектора» (некоммерческих организаций, NR-агентств). Социальные, благотворительные, культурные, научные или управленческие цели.</p>

	<p>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, имеющих 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>Внешние контакты органов власти по функциям организации, по взаимодействию в рамках текущих государственных задач.</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» (G2I).</p> <p>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. Возможности использования СМИ в формировании взаимодействия населения и администрации.</p> <p>Государственные информационно-управленческие системы класса «электронное государство» (e-government, eGov) и их составляющие («электронное правительство», «электронный парламент», «электронное правосудие»). Цифровое государство.</p>
8	<p>Коммуникация в цифровой среде. Каналы распространения массовой информации в цифровой среде. Инструменты цифровой коммуникации. Интернет-ресурсы для продвижения. Соцсети и блог-платформы. Интернет-СМИ. Онлайн-мессенджеры. Чат-боты. Ритейл-медиа. Коммуникации в видеоформате. Большие данные и коммуникация. Мошенничество в цифровой среде. Мировые и российские тренды интернет-коммуникации.</p>

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.	Тема 1. Коммуникационный менеджмент - основа управления в организации	«Перевернутый класс».	1	2	1
2.	Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс	Групповая дискуссия	1	2	2
3.	Тема 3. Эффективность управления коммуникациями	Мини-проект «Коммуникационная среда организации N: SWOT-анализ».	1	2	3
4.	Тема 4. Коммуникационная сеть. Типы коммуникационных сетей	Практические задания (текущий контроль).	1	2	4
5.	Тема 5. Управление внешними коммуникациями. Лоббирование	Практические задания (текущий контроль).	2	2	5
6.	Тема 6. Коммуникационный менеджмент некоммерческих организаций	Групповая дискуссия	2	2	6
7.	Тема 7. Коммуникационный менеджмент органов государственной власти	Изучение опыта. Дискуссия.	2	2	8
8.	Тема 8. Коммуникация в цифровой среде	Изучение опыта. Дискуссия.			
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.-Петербург. 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 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 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; Экзаменационные билеты; Задачи; Тесты.

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	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – 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»	<ul style="list-style-type: none"> – 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»	<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 и типы коммуникаций. Модели коммуникационного менеджмента.	ПК-1.3.1
2.	Коммуникация как процесс. Критические точки управления коммуникационным процессом.	ПК-1.3.1
3.	Управление коммуникациями в проекте.	ПК-1.3.1
4.	Реклама, PR и бизнес-коммуникация: особенности управления и взаимодействия.	ПК-1.3.1
5.	Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.	ПК-1.3.1
6.	Критерии эффективности в управлении внешними коммуникациями.	ПК-1.3.1
7.	Критерии эффективности управления внутрифирменными коммуникациями.	ПК-1.3.1
8.	Специфика Интернет-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.	Принципы и цифровые инструменты организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом.	ПК-1.3.1
12.	Принципы планирования информационной кампании.	ПК-1.3.1
13.	Проблемы разграничения управления и манипулирования.	ПК-1.3.1
14.	Коммуникация в цифровой среде и мошенничество.	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. Интернет-СМИ как инструмент и ресурс.	ПК-1.3.1
18.	Современный инструментарий цифровой коммуникации.	ПК-1.3.1
19.	Цифровые технологии управления общественным мнением.	ПК-1.3.1
20.	Принципы коммуникационного планирования. Стратегическое и тактическое планирование.	ПК-1.3.1
21.	Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.	ПК-1.3.1
22.	Формы и методы управления коммуникационным процессом.	ПК-1.3.1
23.	Анализ коммуникационной среды. Понятие коммуникационного аудита	ПК-1.В.1
24.	Возможности использования СМИ в формировании взаимодействия населения и Администрации регионов РФ.	ПК-1.3.1
25.	Функции и организация информационных служб при правительственных органах.	ПК-1.3.1
26.	Этапы осуществления информационной кампании.	ПК-1.3.1
27.	Осуществить и представить в виде презентации SWOT-анализ коммуникационной среды организации N (контрольное практическое задание)	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.	Какие существуют виды коммуникаций?	ПК-1.3.1
2.	Что такое модель коммуникационного менеджмента?	ПК-1.3.1
3.	Что такое модель коммуникационного менеджмента?	ПК-1.3.1
4.	Какие типы коммуникаций можно выделить?	ПК-1.3.1
5.	Какие этапы проходит коммуникация как процесс?	ПК-1.3.1
6.	Что такое критические точки управления коммуникационным процессом?	ПК-1.3.1
7.	Каковы основные принципы управления коммуникациями в проекте?	ПК-1.3.1
8.	Какие критерии определяют эффективность управления внутрифирменными коммуникациями?	ПК-1.3.1
9.	В чём заключаются особенности PR-коммуникации?	ПК-1.3.1
10.	В чём заключаются особенности бизнес-коммуникации?	ПК-1.3.1
11.	Какова роль менеджера в управлении информационными потоками?	ПК-1.3.1
12.	Какие критерии определяют эффективность управления внешними коммуникациями?	ПК-1.3.1
13.	Какие критерии определяют эффективность управления внутрифирменными коммуникациями?	ПК-1.3.1
14.	В чём заключается специфика интернет-коммуникаций и каковы их основные характеристики?	ПК-1.3.1
15.	Как коммерческие организации взаимодействуют с частными лицами в рамках коммуникационного менеджмента?	ПК-1.3.1
16.	Какую роль играют публик рилейшнз (PR) в управлении коммуникациями и взаимодействии с целевыми аудиториями?	ПК-1.3.1
17.	Какие инструменты и методы используются для оценки эффективности интернет-коммуникаций?	ПК-1.3.1
18.	Какие аспекты PR-деятельности должны быть учтены при разработке стратегии управления коммуникациями?	ПК-1.3.1
19.	В чём заключается специфика управления коммуникациями в интернете и как она отличается от традиционных методов коммуникации?	ПК-1.3.1
20.	Как публик рилейшнз помогают коммерческим организациям устанавливать долгосрочные отношения с клиентами и партнёрами?	ПК-1.3.1
21.	Как использование социальных медиа и платформ может повлиять на взаимоотношения коммерческих организаций с частными лицами?	ПК-1.3.1
22.	Какие принципы лежат в основе организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом?	ПК-1.3.1
23.	Какие цифровые инструменты используются для организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом?	ПК-1.3.1
24.	Как цифровые инструменты помогают повысить производительность и качество коммуникации между сотрудниками?	ПК-1.3.1
25.	Какие принципы лежат в основе планирования информационной кампании?	ПК-1.3.1
26.	Какие проблемы возникают при разграничении управления и манипулирования в коммуникационных процессах?	ПК-1.3.1

27.	Что такое мошенничество в цифровой среде и какие виды мошенничества существуют?	ПК-1.3.1
28.	Как пропаганда и лоббирование используются в коммуникативных технологиях?	ПК-1.3.1
29.	Какие инструменты и ресурсы используют интернет-СМИ для взаимодействия с аудиторией?	ПК-1.3.1
30.	Какова роль взаимодействия со СМИ в репутационно-имиджевом направлении работы в коммуникационном менеджменте?	ПК-1.3.1
31.	Какие возможности предоставляют СМИ для формирования взаимодействия населения и администрации регионов РФ?	ПК-1.3.1
32.	Какие цифровые технологии используются для управления общественным мнением?	ПК-1.3.1
33.	Каковы принципы коммуникационного планирования и как они связаны со стратегическим и тактическим планированием?	ПК-1.3.1
34.	Какие условия необходимы для эффективной реализации коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе?	ПК-1.3.1
35.	Какие формы и методы управления коммуникационным процессом применяются в современном коммуникационном менеджменте?	ПК-1.3.1
36.	Какие функции выполняют информационные службы при правительственных органах?	ПК-1.3.1
37.	Каков алгоритм коммуникационного аудита?	ПК-1.В.1
38.	Какие этапы включает процесс организации информационной кампании?	ПК-1.3.1
39.	Какие этапы включает рекламная компания?	ПК-1.В.1
40.	Какие этапы включает PR-компания?	ПК-1.В.1
	<i>Пример тестовых заданий</i>	
	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> <p>Какова основная цель информационного менеджмента?</p> <p>А) Обеспечение эффективного развития организации. Б) Создание и использование информации в интересах организации. В) Управление документооборотом.</p> <p>Ключ: А Обоснование: Основная цель информационного менеджмента — повышение эффективности деятельности предприятия на основе использования информационных систем и технологий. Информационный менеджмент охватывает все аспекты менеджмента в сфере создания и использования информационных ресурсов.</p>	ПК-1.3.1
1.	<p>Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</p> <p>Что включают в себя принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом? Выберите все верные позиции.</p> <p>А) Обратная связь; Б) Регулярность коммуникаций; В) Информирование о хороших, и плохих новостях; Г) Двусторонний обмен информацией; Д) Регулярная организация корпоративных мероприятий;</p>	ПК-1.3.1

	<p>Е) Регулярная выплата премий</p> <p>Ключ: А Б В Г</p> <p>Обоснование: метод исключенного третьего; Действия Д, Е не являются основными инструментами для выстраивания качественной коммуникации между сотрудниками и руководством.</p> <p>Для эффективной коммуникации важны создание открытой и доверительной атмосферы, донесение целей организации и подведение промежуточных итогов.</p>															
2.	<p>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.</p> <p>Чем управление отличается от манипулирования? Укажите соответствующие характеристики.</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">А) Цель управления</td> <td style="width: 50%;">1) достижение общих выгод</td> </tr> <tr> <td>Б) Цель манипулирования</td> <td>2) достижение выгод</td> </tr> <tr> <td>В) Мотивация при управлении</td> <td>заинтересованного лица</td> </tr> <tr> <td>Г) Мотивация при манипулировании</td> <td>3) положительная информация</td> </tr> <tr> <td>Д) Степень свободы при управлении</td> <td>4) негативная информация («запугивание»)</td> </tr> <tr> <td>Е) Степень свободы при манипуляции</td> <td>5) гарантия выбора</td> </tr> <tr> <td></td> <td>6) иллюзия выбора</td> </tr> </table> <p>Ключ: А-1, Б-2, В-3, Г-4, Е-5</p>	А) Цель управления	1) достижение общих выгод	Б) Цель манипулирования	2) достижение выгод	В) Мотивация при управлении	заинтересованного лица	Г) Мотивация при манипулировании	3) положительная информация	Д) Степень свободы при управлении	4) негативная информация («запугивание»)	Е) Степень свободы при манипуляции	5) гарантия выбора		6) иллюзия выбора	ПК-1.3.1
А) Цель управления	1) достижение общих выгод															
Б) Цель манипулирования	2) достижение выгод															
В) Мотивация при управлении	заинтересованного лица															
Г) Мотивация при манипулировании	3) положительная информация															
Д) Степень свободы при управлении	4) негативная информация («запугивание»)															
Е) Степень свободы при манипуляции	5) гарантия выбора															
	6) иллюзия выбора															
3.	<p>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.</p> <p>Восстановите порядок (последовательность) осуществления коммуникационного аудита.</p> <p>А) Сбор информации: изучение существующих каналов коммуникации (электронная почта, социальные сети, мессенджеры, цифровые информационные экраны).</p> <p>Б) Глубинные интервью: общение с сотрудниками для определения реального использования каналов коммуникации.</p> <p>В) Онлайн-опрос: анонимное анкетирование сотрудников.</p> <p>Г) Визуальный аудит используемых каналов коммуникации: непосредственная оценка эффективности носителей (стенды, цифровые экраны) в компании.</p> <p>Д) Анализ и результаты аудита: сбор и анализ полученных данных.</p> <p>Ключ: А Б В Г Д</p>	ПК-1.В.1														
4.	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ: Опишите поэтапно, как Вы будите планировать рекламную кампанию для благотворительной выставки.</p> <p>Ключ: Этапы планирования рекламной кампании для благотворительной выставки: Определение цели и задач рекламной кампании. Выбор каналов коммуникации: интернет, печатные издания,</p>	ПК-1.В.1														

	<p>радио, телевидение, наружная реклама, социальные сети, email-рассылки.</p> <p>Создание креативной концепции: разработка логотипа, слогана, визуального оформления материалов.</p> <p>Разработка рекламных материалов: баннеров, листовок, видеороликов, статей, пресс-релизов.</p> <p>Размещение рекламы на выбранных каналах коммуникации.</p> <p>Анализ результатов рекламной кампании и корректировка стратегии при необходимости.</p>	
--	--	--

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.

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 наиболее важному 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 устанавливается 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