

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории
(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета ННГУ
протокол № 6 от 31.05.2023 г.

Рабочая программа дисциплины
ФТД.В. 01 Коммуникационный менеджмент
(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
бакалавриат
(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции
(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения
Очная, заочная
(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород
2023 год

1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина **ФТД.В.01 Коммуникационный менеджмент** является факультативом ООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции» (квалификации «Бакалавр»).

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<i>Уметь использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни; Знать специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни; Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни</i>	тестовые задания, письменные ответы на вопросы, собеседование, сообщений, участие в дискуссиях, практическое задание, ролевая игра
	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<i>Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</i>	тестовые задания, письменные ответы на вопросы, собеседование, сообщений, участие в дискуссиях, практическое задание, ролевая игра

	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p>Уметь создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;</p> <p>Знать технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;</p> <p>Владеть практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	тестовые задания, письменные ответы на вопросы, собеседование, сообщений, участие в дискуссиях, практическое задание, ролевая игра
ПК-3. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы	ПК-3.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)	<p>Умеет учитывать специфику основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p>Знает основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p>Владеет навыками работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе)</p>	тестовые задания, письменные ответы на вопросы, собеседование, сообщений, участие в дискуссиях, практическое задание, ролевая игра
	ПК-3.2 Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта	<p>Умеет использовать технические и программные средства для создания рекламы;</p> <p>Знает основные технологии разработки коммуникационного продукта;</p> <p>Владеет навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	тестовые задания, письменные ответы на вопросы, собеседование, сообщений, участие в дискуссиях, практическое задание, ролевая игра
	ПК-3.3. Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта	<p>Умеет использовать технические и программные средства для создания рекламы;</p> <p>Знает основные технологии разработки коммуникационного продукта;</p> <p>Владеет навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	тестовые задания, письменные ответы на вопросы, собеседование, сообщений, участие в дискуссиях, практическое задание, ролевая игра

3. Структура и содержание дисциплины

Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения
Общая трудоемкость	1 ЗЕТ
Часов по учебному плану	36
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	33
- занятия лекционного типа	32
- занятия семинарского типа	--
самостоятельная работа	3
Промежуточная аттестация – зачет	1
	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	1 ЗЕТ
Часов по учебному плану	36
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	6
- занятия лекционного типа	4
- занятия семинарского типа	2
самостоятельная работа	25
Контактная работа в рамках промежуточной аттестации в форме КСР (контроля самостоятельной работы)	1+4
Промежуточная аттестация – зачет	-

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы, из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента	5	4		4	1
Тема 2. Основы планирования в коммуникационном менеджменте.	4	4		4	
Тема 3. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	4	4		4	
Тема 4. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	4	4		4	
Тема 5. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	5	4		4	1
Тема 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	4	4		4	
Тема 7. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	4	4		4	

Тема 8. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности	5	4		4	1
Итого	35	32		32	3

Заочная форма обучения

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы, из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционно го типа	Занятия семинарск ого типа	Всего	
Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента	3,5	0,5	-	0,5	3
Тема 2. Основы планирования в коммуникационном менеджменте.	3,5	0,5	-	0,5	3
Тема 3. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	3,5	0,5	-	0,5	3
Тема 4. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	3,5	0,5	-	0,5	3
Тема 5. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	3,5	0,5	-	0,5	3
Тема 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	4,5	0,5	1	1,5	3
Тема 7. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	4,5	0,5	1	1,5	3
Тема 8. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности	4,5	0,5	-	0,5	4
Итого	31	4	2	6	25

Содержание разделов дисциплины:

Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.

Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации. Типологические модели коммуникационного менеджмента и их социальная природа. Концепции пропаганды в марксизме и национал- социализме, теории «паблик рилейшнз» по Айви Ли, Э Бернайсу, С.Блэку, Дж.Грюнингу. Современная концепция «репутационного менеджмента».

Тема 2. Основы планирования в коммуникационном менеджменте.

Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте. Коммуникационная программа как основа планирования . Определение проблем, разработка концепции и постановка целей. Понятие ключевых аудиторий. Принципы планирования информационной кампании: определение целей, выбор аудитории и средств коммуникации. Принципы планирования времени. Организация событий. Бюджет кампании. Контроль за ходом кампании и оценка результатов. Обратная связь.

Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте, системный подход и

моделирование ситуаций.

Тема 3. Методы исследования в коммуникационном менеджменте.

Принципы составления программы коммуникологического исследования. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью. Проблемы количественной и качественной репрезентации. Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросов. Компьютерные программы обработки социальной информации. Особенности хранения и обработки управленческой информации. Принципы коммуникационного аудита.

Тема 4. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.

Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе. Отношения с клиентами, конкурентами, инвесторами и общиной. Отношения с персоналом. Связи с государственными институтами. Лоббизм. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство. Структура отдела корпоративной коммуникации. Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом.

Тема 5. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях.

Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Пресс-служба Президента РФ. Особенности коммуникативного менеджмента во внешнеполитических ведомствах. Структура и направления департамента печати и информации МИД РФ. Организация пресс-центра МИД РФ.

Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти, на уровне местного самоуправления. Взаимодействие депутата с избирателями. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.

Тема 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях. Типология кризисных ситуаций.

Социальнопсихологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами.

Тема 7. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом.

Специфика коммуникации в организованных структурах. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышение квалификации, продвижение по службе и увольнение сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях разрешение конфликтов в рабочих коллективах. Оценка эффективности управления персоналом. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

Тема 8. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности.

Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Интернет как новая коммуникативная среда. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах. Транснациональные коммуникативные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных средств.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках, работы над письменным

докладом, групповых или индивидуальных консультаций.

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (зачет), на котором определяется:

- уровень усвоения студентами основного учебного материала по дисциплине;
- уровень понимания студентами изученного материала;
- способности студентов использовать полученные знания для анализа конкретных задач, делать выводы.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Работа над основной и дополнительной литературой.

Изучение рекомендованной литературы логичнее начинать с учебников и учебных пособий, а затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям, материалам периодических изданий и другим источникам информации. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимые материалы для учебной и научной работы. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках, а также уметь пользоваться поисковыми системами в интернете.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. Подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии в деле изучения других дисциплин и для последующего написания выпускной квалификационной работы.

Изучение тем самостоятельной подготовки

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности. Изучение вопросов очередной темы требует усвоения необходимых теоретических положений, определение проблемных моментов, ориентирования в соответствующих фактах и событиях, и способности их обобщать и анализировать.

Самостоятельная работа студента при подготовке к зачету.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «Коммуникационный менеджмент» является зачет.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины

(семестра). В этом случае подготовка к зачету будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом сущности того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- в) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к зачету, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. В рамках изучения дисциплины «PR-технологии в туристическом бизнесе» рекомендуется обратить особое внимание на ресурсы, перечисленные в перечне Интернет-ресурсов в п.5.

Подготовка к контрольным работам.

На семинарских занятиях предусмотрено написание контрольных работ, предполагающих итоговый контроль по одному или нескольким разделам дисциплины. Контрольные работы, представляют собой тестовые задания и вопросы открытого типа, призванные проверить усвоение студентами соответствующих знаний, умений и навыков в рамках изучения тем дисциплины.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 4.2.

4. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень	Шкала оценивания сформированности компетенций						
сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

	полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	грубые ошибки.	негрубых ошибки.	Допущено несколько негрубых ошибок	Допущено несколько несущественных ошибок	подготовки, без ошибок.	
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»

	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

Критерии для оценивания результатов тестирования

В процессе проведения тестирования преподаватель внимательно следит за тем, чтобы обучающиеся выполняли задания самостоятельно и не мешали друг другу.

«превосходно» - 96-100% правильных ответов;

«отлично» – 86-95% правильных ответов;

«очень хорошо» - 81-85% правильных ответов;

«хорошо» – 66-80% правильных ответов;

«удовлетворительно» – 56-65% правильных ответов.

«неудовлетворительно» - 46-55% правильных ответов;

«плохо» - 45% и меньше правильных ответов.

Критерии для оценивания выполненных практических заданий

Решение практических заданий включает: изучение условий задачи (описанной ситуации) и ответы на поставленные в задании вопросы.

При выполнении данного задания обучающемуся необходимо использовать теоретический материал изучаемой дисциплины и обосновывать с его помощью свой ответ.

Перед ответом на поставленные в задании вопросы, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с условиями задачи, выявив значимые для нахождения решения обстоятельства.

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
Отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
Очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
Хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы

Удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
Неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
Плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

Контрольные вопросы, выносимые на зачет

<i>Вопрос</i>	<i>Код компетенции</i>
Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента	ПК-1
Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания	ПК-1
Понятие репутации и ее роль в корпоративном управлении. Репутационный менеджмент	ПК-1
Структура коммуникационной программы	ПК-1
Понятие и типологии ключевых аудиторий	ПК-1
Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации	ПК-1
Принципы составления бюджета коммуникационной кампании	ПК-1
Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций	ПК-1
Методы сбора социальной информации в КМ	ПК-1
Понятие лоббизма, его основные формы и методы	ПК-1
Системный подход в коммуникационном менеджменте	ПК-1
Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте	ПК-1
Принципы разделения труда в коммуникационном менеджменте и связь форм организации коммуникативной деятельности с особенностями деловой среды	ПК-1
Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере	ПК-1
Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти	ПК-3
Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.	ПК-3
Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом	ПК-3
Внутренние средства коммуникации: специфика, разнообразие, функции.	ПК-3
Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности	ПК-3
Многонациональные коллективы: этнопсихологические особенности менеджмента.	ПК-3
Взаимодействие со СМИ: двусторонняя коммуникация.	ПК-3
Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях	ПК-3
Интернет как новая коммуникативная среда	ПК-3
Современный российский рынок коммуникационных услуг. Принципы подбора консультативного агентства.	ПК-3

Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-1

1. Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:

- а) экономического;
- б) культурного;
- в) паблицитного капитала клиента.

2. Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи – это:

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) паблик рилейшнз.

Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил:

- а) Айви Ли;
- б) Э Бернайз;
- в) С Блэк;
- г) Дж. Грюниг.

2. Слухи относятся к:

- а) формальной;
- б) неформальной коммуникации в организации?

Типовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-1

Разработайте программу по формированию положительного общественного мнения об организации (по выбору): сформулируйте основную идею, которую вы бы хотели закрепить в общественном мнении, придумайте аргументацию приемлемую для каждого из основных типов мышления индивидов, определите каналы распространения необходимой информации, лидеров мнения, на которых вы будете опираться в работе.

Типовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-3

Проведите сравнительный анализ эффективности применения качественных и количественных методов сбора данных для компаний малого бизнеса по самостоятельно выбранным критериям.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Вылегжанин Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз [Электронный ресурс] / Д.А. Вылегжанин - М.: ФЛИНТА, 2018. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976502727.html>
2. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 190 с. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>
3. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2019. Режим доступа:

б) дополнительная литература:

1. Л.В. Минаева. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс, 2010. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705850.html>
2. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникационные стратегии [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705980.html>
3. Гойхман О.Я., Апарина Т.А., Гончарова Л.М., Дубинский В.И. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Отв. ред. О.Я. Гойхман. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=598998>
4. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Альпина Паблишер, 2013. — 211 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/32468> — Загл. с экрана.
5. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 376 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/70557> — Загл. с экрана.
6. Сироткин С.А. Стратегический менеджмент на предприятии: Учебное пособие / С.А. Сироткин, Н.Р. Кельчевская - М.: НИЦ ИНФРА-М; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. - 246 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=398611> — Загл. с экрана.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

Сведения о лицензионном обеспечении:

Аудитория	Оборудование/ПО	Документ
103	Рабочая станция AMD FX-6100, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720/ Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 5 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA190 00261-80403-57839-AA389 00261-80403-57839-AA131 00261-80403-57839-AA623 00261-80403-57839-AA801 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA738 00216-57600- 47723-AA240 00216-576000-47723-AA518 00216-576000-47723-AA366 00216-576000-47723-AA086 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-2GbDVRW / Windows 10 домашняя,	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016 Windows 10 домашняя:

	Microsoft Office 2016 – 1 шт.	0326-10860-24031-AA693
		Microsoft Office 2016: 00340-93324-12686-AA829 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 1 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 0178-50437-49151-AA242 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA662 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
107 (портативное оборудование)	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00178-50437-49151-AA944 00178-50437-49151-AA825 00178-50437-49151-AA293 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA877 00216-57600-47723-AA856 00216-57600-47723-AA634
207 (аудитория для самостоятельной подготовки)	Windows Vista Business – 6 шт.	Товарная накладная №36 от 29.01.2009, акт №36 от 29 января 2009 Windows Vista Business (1 лицензия на 6 компьютеров): 89576-236-0200005-71680 Консультант+ (некоммерческая интернет-версия) <u>Свободно распространяемое ПО:</u> Adobe Flash Player, Adobe Acrobat Reader, Chrome, Firefox, DjVu
303	Рабочая станция Intel Core i5-3570K, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720 3D/ Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows 8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA873 00261-80403-57839-AA208 00261-80403-57839-AA646 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA738 00216-57600-47723-AA240 00216-57600-47723-AA831
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-2GbDVD RW/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0479 от 24.08.2016 Windows 10 домашняя: 003273035957005-AAOEM Microsoft office 2016: 00340-80000-00000-AA71
320	Ноутбук DELL Inspiron/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016 Windows 10 домашняя: 00327-43218-13268-AAOEM Microsoft office 2016: 00340-933324-12686-AA80

Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
4. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>
5. сайт Института политической экспертизы (МИПЭ) <http://www.stratagema.org/>
6. Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>
7. ЦПК «НикколоМ» - <http://www.nikkolom.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: демонстрационное оборудование для презентаций на аудиторных занятиях.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО/ОС ННГУ по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Автор: _____ доц. Белянцев А.Е.

Рецензент: _____ доц. Сафронова О.В.

Заведующий кафедрой: _____ проф. Рыжов И.В.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 10.05.2023, протокол № 11.