

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

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Коммуникационный менеджмент

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Коммуникационный менеджмент относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта) ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Знать теоретические основы коммуникационной работы организации (проекта) Уметь анализировать коммуникационные аспекты работы организации (проекта) Владеть навыками анализа коммуникационных аспектов работы организации (проекта)  ПК-2.2: Знать техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь использовать в практической деятельности знания об организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Владеть навыками применения на практике техник организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Тест	Зачёт: Кейс-задание
ПК-8: Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	ПК-8.1: Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке ПК-8.2: Применяет на практике техники и технологии	ПК-8.1: Знать основы поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке Уметь осуществлять поиск статистической и	Собеседование	Зачёт: Контрольные вопросы

	<p>медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p>	<p>аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке</p> <p>Владеть навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке</p> <p>ПК-8.2:</p> <p>Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>Уметь применять на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p> <p>Владеть навыками медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности</p>		
--	--	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	0	0
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	8
- КСР	1	1
<b>самостоятельная работа</b>	<b>75</b>	<b>95</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
	<b>Зачёт</b>	<b>Зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе	
		Контактная работа (работа во	Самостоятельная

			взаимодействии с преподавателем), часы из них						работа обучающегося, часы		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего				
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	
Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента	13	12			4	1	4	1	9	11	
Тема 2. Основы планирования в коммуникационном менеджменте	13	13			4	1	4	1	9	12	
Тема 3. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	13	13			4	1	4	1	9	12	
Тема 4. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	13	13			4	1	4	1	9	12	
Тема 5. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	13	13			4	1	4	1	9	12	
Тема 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях	14	13			4	1	4	1	10	12	
Тема 7. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом	14	13			4	1	4	1	10	12	
Тема 8. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности	14	13			4	1	4	1	10	12	
Аттестация	0	4									
КСР	1	1						1	1		
Итого	108	108	0	0	32	8	33	9	75	95	

### Содержание разделов и тем 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.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Контрольные вопросы к зачету по дисциплине (вопросы для собеседования на семинарских занятиях)

1. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента
2. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания
3. Понятие репутации и ее роль в корпоративном управлении. Репутационный менеджмент
4. Структура коммуникационной программы
5. Понятие и типологии ключевых аудиторий
6. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации
7. Принципы составления бюджета коммуникационной кампании
8. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций
9. Методы сбора социальной информации в КМ
10. Понятие лоббизма, его основные формы и методы
11. Системный подход в коммуникационном менеджменте
12. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте
13. Принципы разделения труда в коммуникационном менеджменте и связь форм организации коммуникативной деятельности с особенностями деловой среды
14. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере
15. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти
16. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.
17. Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом
18. Внутренние средства коммуникации: специфика, разнообразие, функции.
19. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности
20. Многонациональные коллективы: этнопсихологические особенности менеджмента.
21. Взаимодействие со СМИ: двусторонняя коммуникация.
22. Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях
23. Интернет как новая коммуникативная среда
24. Современный российский рынок коммуникационных услуг. Принципы подбора консультативного агентства.

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-2:**

1. Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:

а) экономического;

б) культурного;

в) публичного капитала клиента.

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

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

3. 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.

4. Слухи относятся к:

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

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	более 50% правильных ответов
не зачтено	менее 50% правильных ответов

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-8:**

Перечень вопросов для СОБЕСЕДОВАНИЯ на семинарских занятиях (для оценки сформированности указанной компетенции) приведены выше в Разделе 4 "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся"

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	достаточный уровень понимания теоретических аспектов темы собеседования, свободное владение терминологией и специализированной литературой, знание различных практических методов коммуникационного менеджмента и особенностей их применения
не зачтено	недостаточный уровень освоения теоретических и практических аспектов темы собеседования

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень 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 полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<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 несущественными 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 базовых навыков. Невозможность оценить наличие	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые	Имеется минимальный набор навыков для	Продemonстрированы базовые навыки при решении	Продemonстрированы базовые навыки при решении	Продemonстрированы навыки при решении	Продemonстрирован творческий подход к решению



	навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	навыки. Имели место грубые ошибки	решения стандартных задач с некоторым и недочетами	стандартных задач с некоторым и недочетами	стандартных задач без ошибок и недочетов	нестандартных задач без ошибок и недочетов	нестандартных задач
--	--	-----------------------------------	--	--	--	--	---------------------

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции ПК-2

##### Кейс-задания для оценки сформированности указанной компетенции

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

### Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	высокий уровень понимания теоретических аспектов выполненного кейс-задания, свободное владение терминологией и специализированной литературой, знание всех особенностей практических методик коммуникационного менеджмента, использующихся в рамках кейс-задания, творческий креативный подход к реализации кейс-задания
не зачтено	недостаточный уровень понимания теоретических аспектов кейс-задания и слабое владение терминологией, неумение корректно применять методики коммуникационного менеджмента в рамках кейс-задания

### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-8

Перечень контрольных вопросов к зачету по дисциплине (для оценки сформированности указанной компетенции) приведены выше в Разделе 4 "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся"

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	достаточный уровень понимания теоретических аспектов тематики вопроса, свободное владение терминологией и специализированной литературой, знание различных практических методов коммуникационного менеджмента и особенностей их применения
не зачтено	недостаточный уровень освоения теоретических и практических аспектов тематики вопроса

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Васильева Е. Ю. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие / Васильева Е. Ю., Сергиевская Н. В. - Москва : МИСИ – МГСУ, 2020. - 44 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции МИСИ – МГСУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7264-2125-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=745987&idb=0>.
2. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Звягинцева О. С., Кенина Д. С., Бабкина О. Н., Исаенко А. П. - Ставрополь : СтГАУ, 2019. - 132 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СтГАУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=753810&idb=0>.
3. Бурмистрова Е. В. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Бурмистрова Е. В., Мануйлова Л. М. - Омск : ОмГПУ, 2016. - 104 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте

ЭБС Лань. - Книга из коллекции ОмГПУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-8268-2028-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=745489&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Коммуникационный менеджмент : практикум. - Тольятти : ТГУ, 2013. - 162 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ТГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=708891&idb=0>.
2. Барежев В. А. Коммуникационный менеджмент: Электронное учебное пособие : учебное пособие / Барежев В. А. - Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. - 239 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ИЭО СПбУТУиЭ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-94047-551-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=714456&idb=0>.
3. Коммуникационный менеджмент: технология и инструменты нового времени : Материалы 7-й Межрегиональной научно-практической конференции (25 ноября 2009 г.). - Н.Новгород : НКИ, 2010. - 328 с. - ISBN 978-5-94260-045-7 : 00-00., 1 экз.
4. Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Шепеля. - М. : Гардарики, 2004. - 352 с. - (Disciplinae). - ISBN 5-8297-0200-3 : 147.51., 1 экз.
5. Зверинцев Андрей Борисович. Коммуникационный менеджмент : Рабочая книга менеджера PR. - [2-е изд., испр.]. - СПб. : Союз, 1997. - 288 с. - 8.20., 1 экз.

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

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

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Белянцев Алексей Евгеньевич, кандидат физико-математических наук, доцент.

Рецензент(ы): Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.