

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

подпись

«*Т.А.*»

2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.07.01 КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В
ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность – 42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /

специализация – «Работа ведущего теле- и радиопередач»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения – заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Коммуникационный менеджмент в электронных СМИ составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Работа ведущего теле- и радиопередач»
код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Коммуникационный менеджмент в электронных СМИ утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Лучинский Ю.В., д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой истории и правового регулирования

Кумунджиева Д.М., руководитель дирекции публицистических и развлекательных программ ГУП КК «Телерадиокомпания НТК»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель дисциплины

Цель дисциплины «Коммуникационный менеджмент в электронных СМИ» рассмотреть социально-экономическую сущность коммуникационного менеджмента, его содержание, инструменты и варианты практического использования.

1.2 Задачи дисциплины

- Научить творческому мышлению при подаче информации;
- Находить нестандартные решения в сложных ситуациях;
- Принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях внешней среды с целью обеспечения жизнеспособности производственно-коммерческих структур.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент в электронных СМИ» относится к дисциплинам по выбору части Б1 «Дисциплины (модули) учебного плана». Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Коммуникационный менеджмент в электронных СМИ» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации, прохождения производственной практики. Дисциплина базируется на уже сформированных предшествующих таких дисциплин: «Деонтология журналистики», «Современные теории массовой коммуникации» - последующие «Инновационные технологии в теле-, радиожурналистике».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих *профессиональных* компетенций: ПК 2, ПК 3, ПК 7

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК 2	готовностью выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности	Различные виды редакционной работы в электронных СМИ, основы менеджмента	Выполнять редакционную работу в электронных СМИ, применять на практике навыки к коммуникации	Навыками создания медийных проектов повышенной сложности в электронных СМИ
2	ПК 3	Готовностью осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	особенности организационных, координационных, контролируемых обязанностей в электронных СМИ	использовать полученные знания по планированию в практической профессиональной деятельности в электронных СМИ	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ медиапланирования и проектирования в электронных СМИ

3	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	принципы обоснования актуальности исследования программы и методики медиаисследований, принципы анализа	разрабатывать методику теле-, радиосценариев, выполнять медиапроектирование	навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности в медиасфере
---	------	---	---	---	---

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		3	4	5	6
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	10	10			
Занятия лекционного типа					
Лабораторные занятия	-	-			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	10	10			
	-	-			
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:					
<i>Курсовая работа</i>					
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	6	6			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	6	6			
<i>Реферат</i>	10	10			
Подготовка к текущему контролю					
Контроль:	3,8	3,8			
Подготовка к экзамену					
Общая трудоемкость	час.	36	36		
	в том числе контактная работа	10,2	10,2		
	зач. ед	1	1		

2.2 Структура дисциплины:

Темы дисциплины, изучаемые на 6 курсе

№ раздела	Наименование тем	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	

1	2	3	4	5	6	7
1.	Основные понятия коммуникационного менеджмента	9	-	3	-	6
2.	Коммуникационный менеджмент как стратегический ресурс управления	5	-	1	-	4
3.	Коммуникации в системе управления	7	-	2	-	5
4.	Разработка коммуникационной кампании	7	-	2	-	5
5.	Итоговое задание. Зачет	4		2	-	2
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	10	-	22

2.3 Содержание тем дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

Не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование темы	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Основные понятия коммуникационного менеджмента	Понятие коммуникационного менеджмента. Менеджмент коммуникаций. Виды коммуникаций.	Устный опрос, реферат
2.	Коммуникационный менеджмент как стратегический ресурс управления	Предпосылки становления и основные характеристики Функции коммуникационного менеджмента Инструменты коммуникационного менеджмента	Устный опрос, реферат
3.	Коммуникации в системе управления	Роль коммуникации в процессе управления. Информация как фактор оптимизации управления. Управленческие коммуникации. Информационно-управленческий процесс. Информационный человек	Устный опрос, реферат
4.	Разработка коммуникационной кампании	Понятие и виды коммуникационных кампаний. Стратегии и тактики коммуникационных кампаний. Планирование и оценка коммуникационных кампаний.	Устный опрос, реферат, тест

2.3.3 Лабораторные занятия

Не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Не предусмотрены

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Реферат	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="651 383 1481 663">1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3737-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F <li data-bbox="651 701 1481 936">2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C <li data-bbox="651 974 1481 1209">3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F. <li data-bbox="651 1247 1481 1527">4. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044. <li data-bbox="651 1565 1481 1715">5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.
2.	Подготовка к устному опросу и тесту	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="651 1738 1481 1995">1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3737-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C 3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F. 4. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044. 5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.
--	--	--

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Семинарские занятия (С)

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:
 - организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
 - выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;
 - выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
 - дискуссия по докладу и содокладам.
3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Самостоятельная работа (СР)

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты..

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Формами контроля для текущей аттестации являются устные опросы, рефераты, тест.

4.1.1 Примерная тематика для устного опроса:

Тема 1. Коммуникационный менеджмент – как инновационная деятельность.

1. Коммуникация, информация, коммуникационный менеджмент.
2. Коммуникационный менеджмент как вид инновационной деятельности. Определение коммуникационного менеджмента.
3. Управление как деятельность. Классификация управления.

4. Структура и функции управления, его цели и принципы.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации.

1. Средство массовой информации как система. Внутренняя среда и структура редакции.
2. Роль коммуникации в редакции.
3. Сбор информации. Мониторинг окружения. Знание общественности.
4. Интерпретация информации. Организация и ее окружение.

Тема 3. Технологии коммуникационного менеджмента

1. Коммуникационный менеджмент и PR.
2. Репутационные технологии.
3. Корпоративный имидж и корпоративная культура.
4. Коммуникационный менеджмент и брендинг.

Тема 4. Стратегическое планирование в коммуникационном менеджменте.

1. Определение «планирования». Типы планирования в коммуникационном менеджменте.
2. Ключевые проблемы организации.
3. Определение проблемно-ориентированного менеджмента.
4. Выработка стратегий.

4.1.2 Темы рефератов

1. Коммуникации в информационном обществе. Особенности управления коммуникационными процессами.
2. Коммуникационная поддержка СМИ.
3. Коммуникационная политика СМИ. Формирование коммуникационных целей.
4. Коммуникационные проблемы редакции.
5. Манипулирование позитивной информацией.
6. Роль специалистов по PR в организации коммуникационного менеджмента. Функции и задачи менеджера по коммуникациям в организациях.
7. Коммуникационная среда компании – как инструмент менеджмента.
8. Стратегическое планирование коммуникаций
9. Специфика управления как деятельности
10. Коммуникационный менеджмент: основные положения и базовые характеристики
11. Теории коммуникаций
12. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга
13. Содержание коммуникационной политики организации
14. Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций
15. Специфика целевых аудиторий. Корпоративные коммуникации
16. Этика коммуникационного менеджмента
17. Финансовый бюджет коммуникационного менеджмента
18. Ресурсы коммуникационного менеджмента
19. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности
20. Информация как фактор оптимизации управления.
21. Стратегии и тактики коммуникационных кампаний

4.1.3 Тест дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

1. «Менеджмент коммуникаций» и «коммуникационный менеджмент» это:
А) одно и то же,
Б) разные понятия

2. Коммуникационный менеджмент это:

- 1) целенаправленная деятельность по обеспечению надежного функционирования коммуникационных процессов,
- 2) организация внутренних коммуникаций компании на основе заявленной миссии компании,
- 3) средство достижения взаимопонимания компании с внешней общественностью.

3. Верно ли суждение, что коммуникационный менеджмент является специализированным видом профессиональной управленческой деятельности.

- А) верно
- Б) неверно.

4. Какой ответ является неверным? Управление классифицируют следующим образом:

- 1) общее,
- 2) единичное,
- 3) отраслевое,
- 4) специальное

5. Укажите неверный ответ. Принципы управления делятся на:

- 1) организационные,
- 2) идеологические,
- 3) стимулирования
- 4) поощрения

6. Согласны ли вы с утверждением, что коммуникационные потребности тождественны с информационными потребностями:

- А) да;
- Б) нет.

7. Укажите неверные ответы. Коммуникационный менеджмент включает следующие функции:

- 1) планирование,
- 2) коррекция,
- 3) организацию,
- 4) предупреждения,
- 5) лидерство,
- 6) контроль

8. Коммуникационный менеджмент ориентирован на повышение:

- 1) рентабельности и конкурентноспособности производства,
- 2) корпоративной культуры,
- 3) стимулирование сбыта.

9. Какое утверждение является неверным. Цели в коммуникационном менеджменте определяют:

- 1) результаты деятельности организации и выступают критериями оценки,
- 2) определяют перспективы развития организации,
- 3) основу принятия решений,
- 4) положение среди конкурентов.

10. Из заявления о миссии компании общественность может почерпнуть информацию:

- 1) о корпоративных ценностях,
- 2) об отношениях между сотрудниками внутри организации,
- 3) о позиционировании компании на мировом рынке,
- 4) истории создания компании

11. Укажите верные ответы. Коммуникационная деятельность кампании должна проводиться:

- 1) по мере необходимости,
- 2) планомерно,
- 3) периодически,
- 4) на усмотрение руководства,
- 5) систематически.

12. Менеджер по коммуникации:

- 1) разрабатывает маркетинговую политику организации,
- 2) участвует в подборе персонала,
- 3) создает фирменный стиль компании,
- 4) отвечает за финансовую политику.

13. Предназначение коммуникационного менеджмента как системы в сфере экономике заключается:

- 1) в формировании и использовании всех видов капитала экономической системы путем организации коммуникативного пространства для создания дополнительной добавленной стоимости,
- 2) в регулировании финансовой деятельности организации,
- 3) в оказании влияния на органы законодательной власти с целью лоббирования интересов организации.

14. К средствам публичной коммуникации в коммуникационном менеджменте относятся:

- 1) методические средства,
- 2) идеологические,
- 3) технические,
- 4) информационные,
- 5) электронно-программные.

15. Что из перечисленного не относится к основным методам коммуникативного воздействия:

- 1) социальное общение,
- 2) публичные технические средства,
- 3) снижение цен на товары и услуги,
- 4) связи с общественностью,
- 5) внутрисредовое взаимодействие,
- 6) внедрение инноваций в производство

16. Формирование профиля кандидата на вакантную должность в организации происходит на основе:

- 1) внешних данных кандидата,
- 2) стратегических и текущих целей организации,
- 3) предпочтений руководства организации,
- 4) корпоративной философии организации

17. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях:

- 1) способствует быстрому налаживанию работы предприятия,
- 2) регулированию всех коммуникационных процессов,
- 3) налаживанию отношений с правоохранительными органами.

18. Организацией политического маркетинга в современной России занимаются:

- 1) депутаты всех уровней власти,
- 2) государственные служащие,
- 3) PR менеджеры в области политического консалтинга.

19. Наиболее эффективным средством информирования персонала компания являются:

- 1) конференции,
- 2) круглые столы,
- 3) выступления руководителя компании,
- 4) внутрикорпоративные издания.

20. Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий маркетинга:

- а) оценка результативности коммуникаций,
- б) обоснование системы критериев и целей маркетинговых коммуникаций, ранжирование целей,
- в) выбор стратегии,
- г) механизм контроля и корректировки планово-управленческих решений.

21. Всю поступающую информацию можно разделить на такие направления, как:

- а) мониторинг прессы,
- б) информационные каналы,
- в) информационные источники,
- г) справочная и специальная литература.

22. К информационным источникам не относятся:

- а) персона, г) выставки,
- б) журналист, д) интервью
- в) переговоры

23. Корпоративную культуру создает:

- 1) социальная среда,
- 2) вышестоящая организация,
- 3) руководитель компании

24. Укажите неверный ответ. В коммуникационном менеджменте имеет место следующая проблематика:

- 1) содержательно-смысловая,
- 2) восприятие и интерпретация,
- 3) взаимные ожидания и ответные реакции,
- 4) традиции и новаторство

25. Критериями коммуникационной эффективности являются:

- а) распознаваемость сообщения г) притягательная сила сообщения
- б) запоминаемость д) правдивость
- в) привлекательность е) агитационная сила сообщения.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы к зачету:

1. Понятие коммуникационного менеджмента, сфера его применения.
2. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента, специфика функций управления.
3. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации.
4. Стратегическое планирование в КМ.
5. Организация работ по реализации планов, сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов, контроль результатов.
6. Коммуникационный менеджмент в PR-деятельности. Целевые аудитории, их выбор, мотивация участников.
7. Общение в коммуникационном менеджменте: цели общения, методы коммуникативного воздействия на целевые аудитории.
8. Средства публичной коммуникации в коммуникационном менеджменте.
9. Финансовый бюджет коммуникационного менеджмента.
10. Оценка эффективности коммуникационного менеджмента.
11. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров и их адаптации.
12. Формирование профиля кандидата на основе стратегических и текущих целей организации.
13. Роль менеджера по коммуникации при подборе персонала.
14. Система мотивации персонала. Системы материального стимулирования.
15. Принципы и приемы некоммерческой мотивации персонала.
16. Мотивирование персонала через коммуникацию.
17. Психологические особенности поведения сотрудников организации в кризисных ситуациях. Значение человеческого фактора для выхода из кризиса.
18. Управление персоналом в кризисных ситуациях.
19. Понятие конфликта. Конфликтность в менеджменте.
20. Роль коммуникационного менеджмента в ситуации кризиса.
21. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
22. Коммуникационный менеджмент в формировании корпоративной культуры.
23. Коммуникационный менеджмент госпредприятия.
24. Особенности коммуникационного менеджмента в бизнесе.
25. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия.
26. Специфика управления как деятельности
27. Теории коммуникаций
28. Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций
29. Специфика целевых аудиторий. Корпоративные коммуникации
30. Этика коммуникационного менеджмента
31. Ресурсы коммуникационного менеджмента
32. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1 Основная литература:

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3737-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F
2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : учебное пособие для вузов / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 75 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/23CC30A9-E32D-4009-966F-F5AAB460B61C
3. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 179 с. — (Серия : Образовательный процесс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F.
4. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A8383D51-FBAE-4000-BB58-0F98F388A044.

5.2 Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 198 с

2. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для студентов вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 328 с.
3. Ворошилов В. В. Современная пресс-служба : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов ; С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. - Москва : КНОРУС, 2013. - 222 с.
4. Васильев Г.А. Основы маркетинга. - М.: ЮНИТИ, 2005.
5. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 414 с.
6. Синяева И.М. Управление маркетингом: Учеб. пособие для вузов. - М.: ВЗФЭИ, 2003.
7. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. проф. Л.П. Дашкова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005.
8. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Практикум по маркетингу. - М.: Дашков и К, 2006.
9. Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации //Маркетинг в России и за рубежом. -2006. - № 10. - С. 37-46.
10. Пашутин С.Б. Нечёткая логика оценки стоимости бренда //Маркетинг в России и за рубежом.. 2006. - № 1. - С. 29-37.
11. Ганаева Е. Рационализация маркетингового решения о рекламной деятельности организации //Практический маркетинг. - 2006. - № 10. - С. 39-44.
12. Пилиев С.А., Гончарова А., Косенкова Е., Маленкова О., Нагинкин Д., Пигузова А. Маркетинговые исследования эффективности рекламы // Маркетинг в России и за рубежом, № 2(5), 2002.
13. Золотов В.В., Федорова Н.Н. Планирование рекламной компании на предприятии//Консультант директора. - № 23-24, 1999.
14. Ганаева Е. Рационализация маркетингового решения о рекламной деятельности организации //Практический маркетинг. - 2006. - № 10. - С. 39-44.
15. Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации //Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 10. - С. 37-46.
16. Пашутин С.Б. Нечёткая логика оценки стоимости бренда //Маркетинг в России и за рубежом. 2006. - № 1. - С. 29-37.
17. Марков С. PR в России больше чем PR. Издательство: «АСТ», 2001. – 288 с.
18. Ольшевский А. Антикризисный PR и консалтинг. Издательство: «Питер», 2003. – 432 с.
19. Мехлер Гарольд. Власть и магия PR. Издательство: «Питер», 2004. – 176 с.
20. Демин Ю. Бизнес PR. Издательство: «Бератор-пресс», 2003. – 336 с.
21. Гончарук В. Алгоритмы преобразований в бизнесе. Практика консультирования. Маркетинговый подход. Издательство: «Дело», 2001. – 296 с.
22. Ляпина Т. Бизнес и коммуникации или Школа современной рекламы. Издательство: «Альтерпресс», 2002. - 336 с.

5.3. Периодические издания:

1. «PR-советник»
2. «Маркетинг в России и за рубежом»,
3. «Менеджмент в России и за рубежом»

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://pr-life.ru> (информационный PR-портал (Россия))
2. <http://www.advertology.ru>
3. <http://www.sostav.ru>
4. <http://www.pr-info.ru>
5. <http://www.marketing.spb.ru> (Энциклопедия маркетинга (Россия))
6. http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/PR_Rabots.shtml (Международный пресс-клуб. PR-библиотека)
7. <http://www.pronline.ru/> (Информационный сайт PR- бизнеса (Россия)).
8. <http://www.olshevsky.ru/> (Сайт консалтинговой компании Александра Ольшевского (Россия)).
9. <http://www.prguru.ru> (PR-тематический портал (Россия)).
10. <http://www.bernsteincrisismanagement.com/articles.html>
11. http://www.solinet.net/preservation/preservation_templ.cfm?doc_id=4699 (Сайт интернет-ресурсов антикризисного управления и антикризисного PR (США)).
12. <http://www.e911.com/> (Сайт автора и специалиста по антикризисному PR Дж. Лукажевского (The Lukaszewski Group, США)).

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 TimesNewRoman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

Подготовка к устному опросу и тесту

В процессе подготовки к семинарским занятиям и итоговому тесту обучающиеся могут применять следующие виды самостоятельной работы: реферирования и углубленный анализ научной литературы, выполнение действий поискового характера (в процессе подготовке рефератов).

В результате самостоятельной работы студенты углубляют и расширяют теоретические знания, формируют умения использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу, развивают познавательные способности.

Важнейшие требования к выступлениям студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («MicrosoftWord»)
- Программы для просмотра pdf-файлов («AdobeReader»)
- Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,404,406,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)