

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
заместитель проректора

Иванов А.Г.

2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.07.01 КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Магистерская программа «Паблик рилейшнз»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

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

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.07.01 Коммуникационный менеджмент составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерская программа «Паблик Рилейшнз»

Программу составил(и):

Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.07.01 Коммуникационный менеджмент утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н.

фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

А.В. Осташевский, доктор филологических наук, проф., проф. кафедры истории и правового регулирования ФГБОУ ВО «КубГУ»

М.И. Зосим, EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»

1.1 Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является дать магистрантам общее взаимосвязанное представление о специфике управленческой коммуникации, особенностях коммуникационного менеджмента в государственных и коммерческих организациях

Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

1.2 Задачи дисциплины

1) проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию коммуникационных потоков организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;

2) изучить специфику формирования, организации работы, планирования коммуникаций в организациях государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;

3) сформировать представление о коммуникационном менеджменте как инструменте организационных связей с общественностью.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина Б1.В.ДВ.07.01 «Коммуникационный менеджмент» входит в раздел «Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС по направлению подготовки ВО 42.04.02 Журналистика (магистратура) (дисциплина по выбору).

Курс «Коммуникационный менеджмент» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Организация работы отдела по связям с общественностью», «Психология массовой коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Технологии в связях с общественностью». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач планирования работы PR-отделов, повышение эффективности управления коммуникационными потоками.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных компетенций (ОК/ПК)*

ПК-2 – готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности;

ПК-3 – готовность осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов;

ПК-7- способность осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных компетенций (ОК/ПК)*

№ 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 повы-	Знать специфику редакционной работы с целью создания медий-	Уметь выполнять различные виды редакционной работы с целью создания	Владеть навыками редакционной работы с целью создания медийных про-

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		шенной сложности	ных проектов повышенной сложности	медийных проектов повышенной сложности	ектов повышенной сложности
	ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	Знать специфику организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	Уметь осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	Владеть навыками организационными, координационными, контролируемыми обязанностями, текущим планированием в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов
2.	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	Знать специфику медиапроектов на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	Уметь осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	Владеть навыками разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

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

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		3			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	10	10	-	-	-
Занятия лекционного типа	-	-	-	-	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	10	10	-	-	-
	-	-	-	-	-

Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2	-	-	-
Самостоятельная работа, в том числе:					
<i>Курсовая работа – не предусмотрено</i>	-	-	-	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического материала)</i>	11	11	-	-	-
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	4	4	-	-	-
<i>Реферат</i>	4	4	-	-	-
Подготовка к текущему контролю	3	3	-	-	-
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:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам.

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Основные понятия коммуникационного менеджмента	10	-	3	-	6
2	Коммуникационный менеджмент как стратегический ресурс управления	10	-	3	-	6
3	Коммуникации в системе управления	9	-	2	-	6
4	Разработка коммуникационной кампании. <i>Итоговое занятие</i>	10,8	-	2	-	4
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	10	-	22

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа – не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика лабораторных занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
	Основные понятия коммуникационного менеджмента	Понятие коммуникационного менеджмента. Менеджмент коммуникаций. Виды коммуникаций.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
	Коммуникационный менеджмент как стратегический ресурс управления	Предпосылки становления и основные характеристики Функции коммуникационного менеджмента Инструменты коммуникационного менеджмента	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
	Коммуникации в си-	Роль коммуникации в процессе управле-	опрос по ключевым

	стеме управления	ния. Информация как фактор оптимизации управления. Управленческие коммуникации. Информационно-управленческий процесс. Информационный человек	аспектам раздела, реферат
	Разработка коммуникационной кампании	Понятие и виды коммуникационных кампаний. Стратегии и тактики коммуникационных кампаний. Планирование и оценка коммуникационных кампаний.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ – не предусмотрена

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.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Ф. Пономарева. - 2-е изд. - Москва: Флинта, 2016. - 125 с. - https://e.lanbook.com/book/74634#authors Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Л.С. Сальникова; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 445 с., ил. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва: Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267 Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors.

2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Ф. Пономарева. - 2-е изд. - Москва: Флинта, 2016. - 125 с. - https://e.lanbook.com/book/74634#authors Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Л.С. Сальникова; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 445 с., ил. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва: Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267 Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors.
3.	Реферат	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Ф. Пономарева. - 2-е изд. - Москва: Флинта, 2016. - 125 с. - https://e.lanbook.com/book/74634#authors Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Л.С. Сальникова; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 445 с., ил. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва: Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267 Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors.

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

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

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

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Основные понятия коммуникационного менеджмента

Вопросы для подготовки:

1. Понятие коммуникационного менеджмента.
2. Менеджмент коммуникаций.
3. Виды коммуникаций.

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Коммуникации в информационном обществе.
2. Особенности управления коммуникационными процессами в организациях.
3. Коммуникационная поддержка бизнеса.
4. Организация как система. Внутренняя среда организации. Структура организации.
5. Типы организаций. Неформальная структура организации. Роль коммуникации в организациях.
6. Сбор информации. Мониторинг окружения. Знание общественности.
7. Интерпретация информации. Организация и ее окружение.
8. Коммуникационная политика организации. Формирование коммуникационных целей.
9. Коммуникационные проблемы организации.
10. Манипулирование позитивной информацией.
11. Коммуникационный менеджмент и PR.
12. Репутационные технологии.
13. Корпоративный имидж и корпоративная культура.

14. Коммуникационный менеджмент и брендинг.
15. Роль специалистов по PR в организации коммуникационном менеджменте. Функции и задачи менеджера по коммуникациям в организациях.
16. Коммуникационная среда компании – как инструмент менеджмента.
17. Определение «планирования». Типы планирования в коммуникационном менеджменте.
18. Ключевые проблемы организации.
19. Определение проблемно-ориентированного менеджмента.
20. Выработка стратегий.
21. Стратегическое планирование политических коммуникаций (на примере какой-либо партии).
22. Стратегическое планирование коммуникаций в открытых организационных системах (на примере деятельности организаций статуса ООО или ОАО).
23. Стратегическое планирование коммуникаций в закрытых организационных системах (на примере деятельности ЗАО).
24. Определение целевых аудиторий, их структурирование в коммуникационном менеджменте.
25. Виды общения с целевыми аудиториями.
26. Основные средства социальной коммуникации.
27. Методы коммуникативного воздействия на целевые аудитории.
28. Определение основных каналов взаимодействия с целевыми аудиториями.
29. Выбор средств и инструментов мотивации поведения целевых аудиторий.
30. Планирование и контроль PR-акций.
31. Формирование профиля кандидата на основе стратегических и текущих целей организации.
32. Идентификационный профиль компании (ИПК) и идентификационный профиль кандидатов на вакансии. Подбор персонала.
33. Система мотивации. Материальное и нематериальное стимулирование.
34. Стимулирование через коммуникации.
35. Структура идентификационного профиля компании (ИПК). Специфика менеджмента ИПК
36. Аудит идентификационного профиля компании. Основные аспекты аудита.
37. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами предприятия и бизнеса.
38. Особенности коммуникационного менеджмента государственного предприятия и бизнеса.
39. Лоббирование, благотворительность и меценатство.
40. Коммуникационный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

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 неденежной 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. Коммуникационный менеджмент в органах государственной власти.
27. Коммуникационный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении.
28. Понятие социального маркетинга. Цели и задачи социального маркетинга в государственных органах управления.
29. Политический маркетинг. Цели и задачи, специфика.
30. Особенность коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
31. Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью, сходство и различие.
32. Коммуникационный менеджмент в сфере культуры.
33. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятий.
34. Корпоративная социальная ответственность бизнеса.
35. Формальные и неформальные коммуникации в муниципальном и местном самоуправлении.
36. Информационное обеспечение деятельности органов власти.
37. Политический маркетинг. Политический имидж, политическая реклама и политический PR.
38. Социально-этический маркетинг бизнеса.
39. Коммуникационный менеджмент в современном мировом пространстве.
40. Особенности коммуникационного менеджмента на региональном уровне.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на

очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- **оценка «зачтено»:** студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- **оценка «не зачтено»:** материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

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. Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Ф. Пономарева. - 2-е изд. - Москва: Флинта, 2016. - 125 с. - <https://e.lanbook.com/book/74634#authors>
2. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - <https://e.lanbook.com/book/93478#authors>.

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

1.2 Дополнительная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва: Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>
2. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Л.С. Сальникова; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 445 с., ил. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>.

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

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

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
4. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН <http://www2.viniti.ru/>
6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com
Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>

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

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

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется сту-

денту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-

личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; пе-

речисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать, и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

- знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;
- характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

Изучение дисциплины «Коммуникационный менеджмент» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изуче-

нию данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий.

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.

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

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3. Перечень информационных справочных систем

1. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

2. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

5. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)