

Приложение к рабочей программе дисциплины

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Коммуникационный менеджмент»

*Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений
Заочная форма обучения*

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6 / 216
Цель изучения дисциплины	достижение следующих результатов образования: освоение аспектов рекламы и сферы связей с общественностью, соединяющей существующие научные подходы в их трактовке с примерами из отечественной практики, а также ознакомление с базовыми представлениями о формах, сферах, психологических и этических основах общения, структуре и стратегиях коммуникационного процесса
Содержание дисциплины	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.. Человек как субъект коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникации Тема 2. Стратегии устных деловых коммуникаций. Стратегии письменных деловых коммуникаций. Тема 3. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика. Национальные особенности деловых коммуникаций. Тема 4. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах Управление информацией. Взаимодействие с целевыми группами
Формируемые компетенции	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) ПК-3 Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-4.1 Демонстрирует знание принципов построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации на государственном и иностранном языках; основные коммуникативные средства и терминологию в том числе на иностранном языке, используемые в академическом и профессиональном взаимодействии УК-4.2 Грамотно и ясно строит монологическую и диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном и иностранном языках УК-4.3 Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать информацию на государственном и иностранном языках, полученную из печатных и электронных источников для

	решения стандартных коммуникативных задач; вести речевую деятельность на государственном и иностранном языках ПК-3.1 Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента ПК-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах ПК-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Иностранный язык, Речевая коммуникация и деловое общение Основы копирайтинга, Психология делового общения и переговорного процесса, Основы теории коммуникации, Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью, Психология массовых коммуникаций Основы брендинга, Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью, Визуальные технологии в рекламе и PR, Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности, Научно-исследовательская практика, Преддипломная практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение курсовой работы.
Форма промежуточной аттестации	Курсовая работа, Экзамен