

Приложение к рабочей программе дисциплины
Коммуникационный менеджмент

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 учебного плана, формируемая участниками образовательных отношений
форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	216/6
Цель изучения дисциплины	достижение углубленных знаний в сфере рекламы и сферы связей с общественностью, соединяющей существующие научные подходы в их трактовке с примерами из практики, а также ознакомление с базовыми представлениями о формах, сферах, психологических и этических основах общения, структуре и стратегиях коммуникационного процесса
Содержание дисциплины	Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента. Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс. Тема 3. Персонал коммуникационного менеджмента Тема 4. Интеллектуализация менеджмента: объективные и субъективные факторы. Тема 5. Сферы деятельности коммуникационного менеджмента. Тема 6. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Тема 7. Коммуникационный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении Тема 8. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных и конфликтных ситуациях. Тема 9. Конфликтологическая составляющая коммуникационного менеджмента.
Формируемые компетенции (коды)	УК-4 ПК-3
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 Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Речевая коммуникация и деловое общение Основы копирайтинга Основы брендинга Психология массовых коммуникаций Психология делового общения и переговорного процесса Основы теории коммуникации Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью Визуальные технологии в рекламе и PR Коммуникации с людьми с различными нарушениями здоровья Иностранный язык профессиональный Научно-исследовательская работа Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности Преддипломная практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) выполнение курсовой работы 4) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	курсовая работа, экзамен