

# КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

## 1. Цель освоения дисциплины

Изучение технологий, методов, принципов, процедур, позволяющих оказывать регулирующее воздействие на коммуникацию и управлять ею, зарекомендовавших себя в зарубежной и отечественной практике.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Для освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Современная пресс-служба», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», прохождения практики «Профессионально-творческая практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- особенности процессов управления информационными потоками;
- специфику целевой аудитории;
- задачи коммуникационного менеджмента при работе с персоналом;

### *уметь*

- выстраивать систему конкретно-практических задач (формулировка проблем, требующих сбора, анализа и обработки управленческой информации);
- использовать методы коммуникационного менеджмента при работе с внутренними и внешними коммуникациями;
- вырабатывать умения, учитывающие особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров на работу и их адаптации;

### *владеть*

- конкретными умениями специалиста по связям с общественностью как практика и исследователя в области современных коммуникационных процессов;
- навыками и приемам, связанными со спецификой коммуникационного менеджмента;
- методами работы по установлению эффективных отношений между менеджерами и общественностью, по управлению коммуникационными процессами.

## 4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 5,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 180 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 30 ч., СРС – 141 ч.),

распределение по семестрам – 7,

форма и место отчётности – экзамен (7 семестр).

## **5. Краткое содержание дисциплины**

Коммуникационный менеджмент как процесс.

Постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации Выявление альтернатив достижения целей Выбор аудитории и средств коммуникации Организация работы по реализации планов

Механизмы управления коммуникациями.

Виды и средства коммуникационного процесса Методы коммуникационного менеджмента Имидж компании и специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс

Работа с персоналом в организации.

Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезосреде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах

## **6. Разработчик**

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы ГОУ ВО «ВГСПУ».