

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

_____ Ю. А. Жадаев

« 22 » апреля 2024 г.

Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Волгоград
2024

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
« 27 » февраля 2024 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой _____ Калачев А.В. « 27 » февраля 2024 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института психолого-педагогического
и социального образования « 18 » марта 2024 г. , протокол № 7

Председатель учёного совета Зотова Н.Г. _____ « 18 » марта 2024 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 22 » апреля 2024 г. , протокол № 9

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____ _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

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

Программа дисциплины «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с
общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства
образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 С изменениями и
дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г) и базовому учебному плану по
направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама
и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 22
апреля 2024 г., протокол № 9).

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. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Аудиторные занятия (всего)	30	30
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	141	141
Контроль	9	9
Вид промежуточной аттестации		ЭК
Общая трудоемкость	часы	180
	зачётные единицы	5
	180	180
	5	5

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	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
2	Механизмы управления коммуникациями	Виды и средства коммуникационного процесса Методы коммуникационного менеджмента Имидж компании и специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс
3	Работа с персоналом в организации	Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезосреде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управлениями. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Коммуникационный менеджмент как процесс	10	12	–	104	126
2	Механизмы управления коммуникациями	–	5	–	18	23
3	Работа с персоналом в организации	–	3	–	19	22

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. — Москва : Академический Проект, 2009. — 512 с. — ISBN 978-5-8291-1153-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/36555.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Минаева, Л. В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика : учебное пособие / Л. В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 287 с. — ISBN 978-5-7567-0585-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8971.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью. Коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учебное пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. — Москва : Академический Проект, 2007. — 302 с. — ISBN 5-8291-0788-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/36536.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6.2. Дополнительная литература

1. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 144 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39000.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / составители А. Л. Кузеванова. — Волгоград : Волгоградский институт бизнеса, 2009. — 137 с. — ISBN 978-5-9061-7294-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/11327.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под редакцией В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80707.html> (дата обращения: 09.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.

2. Портал учебной документации Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://matrix19.vspu.ru>.

3. Список социальных сайтов. URL: <https://psysocwork.ru/>.

4. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL: <https://www.raso.ru/>.

5. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru>.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Комплект переносного презентационного оборудования.
3. Учебная аудитория для проведения практических занятий.
4. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
5. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой

оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.