

## **Аннотация рабочей программы дисциплины** **«Коммуникационный менеджмент»**

**Целью** освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является приобретение студентами навыков использования основ экономических знаний в практике организации эффективного коммуникационного процесса, установлению границ управления коммуникациями, определению эффективности коммуникаций.

### **Задачи:**

- сформировать способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности, в том числе в области организации коммуникаций;
- выработать способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;
- формирование навыков владения коммуникационными технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам.

### **Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в стратегии управления организацией**

1. Роль коммуникации в системе менеджмента
2. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения
3. Репутация как накопление публичитного капитала

### **Тема 2. Типологические модели коммуникационного менеджмента**

1. Концепции пропаганды, теории «публик рилейшнз» по Айви Ли, Э. Бернайсу, С. Блэку
2. Четыре модели публик рилейшнз, предложенных Дж. Грюнигом и Т. Хантом
3. Ситуационная модель управления коммуникациями

### **Тема 3. Установление границ управления коммуникациями**

1. Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью
2. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием
3. Коммуникативный акт в рамках диалогического и монологического информационного потока

### **Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии**

1. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация)
2. Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации
3. Инструменты и технологии менеджера по коммуникациям

### **Тема 5. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте**

1. Сущность и уровни разработки управленческой стратегии
2. Корпоративная стратегия
3. Процесс стратегического планирования и внедрение его результатов

## **Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации**

1. Общественное мнение и его характеристики
2. Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте
3. Уровни детерминации общественного мнения

## **Тема 7. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте**

1. Виды эффективности в коммуникационном менеджменте
2. Принципы оценки коммуникационного менеджмента
3. Измерение итогов и результатов коммуникационной кампании

## **Тема 8. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации**

1. Функции отдела по коммуникациям в организации
2. Матричная структура организации работы отдела по коммуникациям
3. Традиционная структура коммуникационного отдела

## **Тема 9. Условия делегирования функций коммуникационного менеджмента PR-агентству**

1. Формы организации коммуникационного менеджмента
2. Достоинства и недостатки аутсорсинга
3. Передача PR-функций на аутсорсинг

## **Тема 10. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе**

1. Технологическое направление в деятельности менеджера по коммуникациям
2. Функции специалистов по коммуникациям в рамках репутационно-имиджевого направления работы
3. Роль коммуникации в маркетинговой политике предприятия

## **Тема 11. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях**

1. Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти
2. Политический и социальный маркетинг
3. Коммуникационный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении

**Объем дисциплины**– 2 зачетные единицы.

**Форма промежуточного контроля** – зачет.