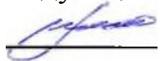


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Актуализировано:
на заседании кафедры
протокол № 10 от «17» июня 2017 г.
Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:
Председатель УМК факультета философии и
социологии



/Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

дисциплина Коммуникационный менеджмент

(наименование дисциплины)

дисциплины по выбору

(Цикл дисциплины и его часть (базовая, вариативная, дисциплина по выбору))

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)

39.03.01 – Социология

(указывается код и наименование направления подготовки (специальности))

Направленность (профиль) подготовки

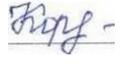
Социология управления, экономики и коммуникаций

(указывается наименование направленности (профиля) подготовки)

Квалификация

бакалавр

(указывается квалификация)

<p>Разработчик (составитель) д.соц.н., профессор старший преподаватель (должность, ученая степень, ученое звание)</p>	  <p>/Шайхисламов Р.Б. /Коровкина Н.В. (подпись, Фамилия И.О.)</p>
---	---

Для приема: 2014 г.

Уфа 2017 г.

Составитель / составители: Шайхисламов Р.Б., Коровкина Н.В.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры социологии и работы с молодежью, протокол от «17» июня 2017 г. № 10.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлено содержание изучаемых тем, обновлено содержание вопросов к зачету, пересмотрены и обновлены практические задания, пересмотрен список литературы, протокол № 10 от «16» июня 2018 г.

Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлены программное обеспечение и базы данных, протокол № 8 от «22» апреля 2019 г.

Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____/ _____Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____/ _____Ф.И.О./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине.....	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	8
4.3. Рейтинг-план дисциплины	9
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	19
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	19
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины.....	20
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	21
Приложение №1	23
Приложение №2.....	38

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
(с ориентацией на карты компетенций)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
знания	Основные категории и концепции коммуникационного менеджмента	способностью использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности (ПК-7)	
	Методология исследования коммуникационной структуры организации	способностью использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности (ПК-8)	
умения	Применять знания, умения и навыки в сфере коммуникационного менеджмента для решения профессиональных задач	способностью использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности (ПК-7)	
	Исследовать внутренние и внешние коммуникации в организации	способностью использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности (ПК-8)	
владения (навыки/опыт деятельности)	Навыки применения основных положений коммуникационного менеджмента для осуществления анализа организационных коммуникаций	способностью использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой	

		деятельности (ПК-7)	
	Навыки составления инструментария для изучения внутренних и внешних коммуникаций организации	способностью использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности (ПК-8)	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к дисциплинам по выбору ООП (Б1.В.1.ДВ.10.02).

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре очной формы обучения.

Дисциплина изучается на 5 курсе в 9 семестре заочной формы обучения.

Цели изучения дисциплины: формирование знаний о коммуникационной структуре организации и инструментах коммуникационного менеджмента, умений и навыков в сфере осуществления коммуникационного менеджмента организации.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: этика, основы теории коммуникации, социология коммуникации, социология массовых коммуникаций, методология и методы социологического исследования, социология управления, социология общественных связей.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: **ПК-7** – способностью использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: основные категории и концепции коммуникационного менеджмента	Не сформированы или сформированы фрагментарные знания и представления об основных категориях и концепциях коммуникационного менеджмента	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях, или сформированы комплексные и систематические знания и представления об основных категориях и концепциях коммуникационного менеджмента
Второй этап (уровень)	Уметь: применять знания, умения и навыки в сфере коммуникационного менеджмента для решения профессиональных задач	Не сформированы или сформированы начальные умения применять знания, умения и навыки в сфере коммуникационного менеджмента для решения профессиональных задач	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях, или сформированы на высоком уровне умения применять знания, умения и навыки в сфере коммуникационного менеджмента для решения профессиональных задач
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками применения основных положений коммуникационного менеджмента для осуществления анализа организационн	Отсутствуют или сформированы простейшие навыки применения основных положений коммуникационного менеджмента для осуществления анализа организационных коммуникаций	Сформированы на базовом или высоком уровне навыки применения основных положений коммуникационного менеджмента для осуществления анализа организационных коммуникаций

	ых коммуникаций		
--	--------------------	--	--

Код и формулировка компетенции: **ПК-8** – способностью использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности

Этап (уровень) освоения компетенци и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: методология исследования коммуникацио нной структуры организации	Не сформированы или сформированы фрагментарные знания и представления о методологии исследования коммуникационной структуры организации	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях, или сформированы комплексные и систематические знания и представления о методологии исследования коммуникационной структуры организации
Второй этап (уровень)	Уметь: исследовать внутренние и внешние коммуникации в организации	Не сформированы или сформированы начальные умения исследовать внутренние и внешние коммуникации в организации	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях, или сформированы на высоком уровне умения исследовать внутренние и внешние коммуникации в организации
Третий этап (уровень)	Владеть: навыки составления инструментари я для изучения внутренних и внешних коммуникаций организации	Отсутствуют или сформированы простейшие навыки составления инструментария для изучения внутренних и внешних коммуникаций организации	Сформированы на базовом или высоком уровне навыки составления инструментария для изучения внутренних и внешних коммуникаций организации

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкала оценивания:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

Критерии оценки для заочной формы обучения:

зачтено – выставляется студенту, если студент раскрыл полностью или в основном теоретические вопросы, в том числе с допущением некоторой неточности в определении основных понятий. Студент без затруднений ответил на дополнительные вопросы или допустил небольшие неточности. «Зачтено» выставляется как интегративная оценка с учетом ответов на вопросы зачета, ответов на вопросы устного опроса на практических занятиях и выполнения практических заданий;

не зачтено – выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Студент не смог дать ответа на дополнительные вопросы или допустил существенные ошибки. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. «Не зачтено» выставляется как интегративная оценка с учетом ответов на вопросы зачета, ответов на вопросы устного опроса на практических занятиях и выполнения практических заданий.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Для очной формы

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знать: основные категории и концепции коммуникационного менеджмента	ПК-7	устный опрос, практическое задание, составление глоссария, устная защита глоссария, собеседование
	2. Знать: методология исследования коммуникационной структуры организации	ПК-8	устный опрос, практическое задание, составление глоссария, устная защита глоссария, собеседование
2-й этап Умения	1. Уметь: применять знания, умения и навыки в сфере коммуникационного менеджмента для решения профессиональных задач	ПК-7	устный опрос, практическое задание, собеседование
	2. Уметь: исследовать внутренние и внешние коммуникации в организации	ПК-8	устный опрос, практическое задание, собеседование
3-й этап	1. Владеть: навыки применения основных положений	ПК-7	практическое задание

Владеть навыками	коммуникационного менеджмента для осуществления анализа организационных коммуникаций		
	2. Владеть: навыки составления инструментария для изучения внутренних и внешних коммуникаций организации	ПК-8	практическое задание

Для заочной формы

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знать: основные категории и концепции коммуникационного менеджмента	ПК-7	устный опрос, практическое задание, контрольная работа
	2. Знать: методология исследования коммуникационной структуры организации	ПК-8	устный опрос, практическое задание, контрольная работа
2-й этап Умения	1. Уметь: применять знания, умения и навыки в сфере коммуникационного менеджмента для решения профессиональных задач	ПК-7	устный опрос, практическое задание
	2. Уметь: исследовать внутренние и внешние коммуникации в организации	ПК-8	устный опрос, практическое задание
3-й этап Владеть навыками	1. Владеть: навыки применения основных положений коммуникационного менеджмента для осуществления анализа организационных коммуникаций	ПК-7	практическое задание
	2. Владеть: навыки составления инструментария для изучения внутренних и внешних коммуникаций организации	ПК-8	практическое задание

4.3 Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

Вопросы для зачета

1. Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников.
2. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации.
3. Типологические модели коммуникационного менеджмента.
4. Организационная коммуникация.
5. Коммуникационная структура организации. Коммуникационные сети, модели и конфигурации.
6. Коммуникационные роли.
7. Официальная и неофициальная деловая коммуникационная структура. Неформальная коммуникационная структура.
8. Управляемость как коммуникативная проблема организации. Коммуникационная чувствительность управления.
9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.
10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере.
11. Специфика коммуникационного менеджмента в малом бизнесе.
12. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы.
13. Коммуникационный менеджмент во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
14. Структура отдела корпоративной коммуникации.
15. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство.
16. Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом.
17. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента.
18. Роль и значение репутации. Составляющие репутации. Репутация и имидж, репутация и узнаваемость, репутация и известность. Учет политических, экономических, социальных, национально-культурных, демографических особенностей среды формирования репутации. Защита репутации.
19. Специфика построения репутации первого лица компании, города, региона, страны.
20. Оценка эффективности реализации программ и мероприятий.
21. Понятие кризиса. Типология кризисов. Соотношение понятий «кризис» и «проблема», «кризис» и «конфликт». Кризис как угроза целостности системы.
22. Этапы развития кризисной ситуации. Управление антикризисной деятельностью. Действие сотрудников, руководства и службы по связям с общественностью в кризисной ситуации. Сохранение репутации.
23. Антикризисные программы, их создание и обновление.
24. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями.
25. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Внешние и внутренние коммуникации с целевыми аудиториями.
26. Технологии выхода из кризиса. Анализ последствий кризиса и оценка эффективности реализации мероприятий по его преодолению.
27. Методология управления персоналом организации: философия, концепция, закономерности и принципы, методы управления персоналом.
28. Специфика коммуникации в организованных структурах. Особенности

- коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников.
29. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.
 30. Информационное обеспечение управления персоналом.
 31. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах, оценка эффективности управления персоналом.
 32. Коммуникативные технологии управления развитием персонала и поведением персонала организации. Коммуникации в оценке труда и результатов деятельности персонала. Оценка эффективности управления персоналом.
 33. Основные атрибуты корпоративной культуры. Критерии корпоративной культуры. Определения корпоративной культуры.
 34. Роль основателей организации в формировании корпоративной культуры. Факторы, способствующие поддержанию корпоративной культуры.
 35. Группы, доминирующая культура и субкультуры в организации. Типы субкультур.
 36. Уровни корпоративной культуры: установившиеся порядки в компании (церемонии, ритуалы), организационная коммуникация (рассказы, истории, мифы, легенды, сказки, символы и лозунги). Материальные проявления корпоративной культуры. Язык общения.
 37. Типология корпоративных культур. Классификация Дила и Кеннеди. Классификация Тромпенаарса. Сильная корпоративная культура: характеристика, связь с успешной деятельностью организации.
 38. Изменение корпоративной культуры.
 39. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.
 40. Интернет как новая коммуникативная среда.
 41. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах.
 42. Транснациональные коммуникационные агентства.
 43. Методология исследования внутренней коммуникационной структуры организации.
 44. Методология исследования внешней коммуникационной структуры организации.

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкала оценивания:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

Критерии оценки для заочной формы обучения:

зачтено – выставляется студенту, если студент раскрыл полностью или в основном теоретические вопросы, в том числе с допущением некоторой неточности в определении основных понятий. Студент без затруднений ответил на дополнительные вопросы или допустил небольшие неточности. «Зачтено» выставляется как интегративная оценка с учетом ответов на вопросы зачета, ответов на вопросы устного опроса на практических занятиях и выполнения практических заданий;

не зачтено – выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Студент не смог дать ответа на дополнительные вопросы или допустил существенные ошибки. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. «Не зачтено» выставляется как интегративная оценка с

учетом ответов на вопросы зачета, ответов на вопросы устного опроса на практических занятиях и выполнения практических заданий.

Контрольная работа

Вариант №1. Тематика контрольных работ:

1. Репутация как механизм позиционирования.
2. Оценка эффективности управления коммуникациями.
3. Формирование корпоративной культуры организации.
4. Вербальные и невербальные коммуникации в организации.
5. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях.
6. Разработка, создание и управление внутрикорпоративным имиджем.

Вариант №2. Тематика контрольных работ:

1. Типологические модели коммуникационного менеджмента.
2. Функции коммуникационного менеджмента в коммерческом секторе.
3. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере.
4. Коммуникационный менеджмент в органах власти.
5. Организация консультативной фирмы.
6. Работа с персоналом в кризисных ситуациях.

Основные требования к оформлению контрольной работы:

- Шрифт Times New Roman, 14 кегль.
- Интервал полуторный (1,5).
- Красная строка (отступ) – 1,25.
- Следует включить режим «выравнивание по ширине» (кроме заголовков – по центру).
- Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей; левое - 30 мм, правое - 10 мм, верхнее - 15 мм, нижнее - 20 мм.
- Объем – 18-30 страниц.
- Заголовки глав и параграфов следует размещать по центру, выделять жирным шрифтом, указывать без точек в конце предложений.
- Номера страниц проставляют в правом нижнем углу или по центру. Титульный лист включают в общую нумерацию работы, но номер на нем не ставят.
- Фамилии и инициалы авторов (ученых и т.д.) должны быть напечатаны через неразрывный пробел, чтобы при переносе инициалов на следующую строку фамилия также автоматически на нее (фамилия и инициалы не должны быть на разных строках).
- Обязательно наличие сносок на весь заимствованный материал (с указанием страниц)! В сноске должны быть указаны фамилия и инициалы автора, название источника и его выходные данные (место и год издания), номер страниц(ы), на которую ссылается студент. Вставка сносок осуществляется следующим образом: Вставка →Сноска→Параметры сносок→Нумерация→Продолжить. Можно использовать постраничные сноски (внизу каждой страницы), либо затекстовые (по номеру источника в списке литературы), но в работе может быть применен только один вариант оформления ссылок. Образец оформления постраничных сносок прилагаю (без указания номера страницы, кроме введения, ссылки не действительны; номер не указывается только в интернет-источниках).
- В сноске указывается страница (или интервал), с которой взят текст (например: С. 15). В списке литературы указываются: для учебника или монографии – общее количество страниц (например: 234 с.), для статьи из журнала – страницы статьи (интервал страниц в журнале; например: С. 45-55).

Для заочной формы обучения

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Оценка</i>
тема раскрыта полностью, работа оформлена в соответствии с требованиями	зачтено
тема не раскрыта, нарушена логика изложения, присутствуют многочисленные ошибки в оформлении	не зачтено

Перечень вопросов для устного опроса

Устный опрос – форма текущего контроля знаний, заключающаяся в монологическом ответе учащегося на заранее поставленный вопрос по определенной теме и предполагающая полное его раскрытие, логичность и последовательность изложения.

Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента

Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников.

Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации.

Типологические модели коммуникационного менеджмента.

Тема 2. Коммуникационная структура организации

Организационная коммуникация.

Коммуникационная структура организации. Коммуникационные сети, модели и конфигурации.

Коммуникационные роли.

Официальная и неофициальная деловая коммуникационная структура. Неформальная коммуникационная структура.

Управляемость как коммуникативная проблема организации. Коммуникационная чувствительность управления.

Тема 3. Функции коммуникационного менеджмента

Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.

Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере.

Специфика коммуникационного менеджмента в малом бизнесе.

Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы.

Коммуникационный менеджмент во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.

Структура отдела корпоративной коммуникации.

Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство.

Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом.

Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента.

Тема 4. Репутационный менеджмент

Роль и значение репутации. Составляющие репутации. Репутация и имидж, репутация и узнаваемость, репутация и известность. Учет политических, экономических, социальных, национально-культурных, демографических особенностей среды формирования репутации. Защита репутации.

Специфика построения репутации первого лица компании, города, региона, страны.

Оценка эффективности реализации программ и мероприятий.

Тема 5. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях

Понятие кризиса. Типология кризисов. Соотношение понятий «кризис» и «проблема», «кризис» и «конфликт». Кризис как угроза целостности системы.

Этапы развития кризисной ситуации. Управление антикризисной деятельностью. Действие сотрудников, руководства и службы по связям с общественностью в кризисной ситуации. Сохранение репутации.

Антикризисные программы, их создание и обновление.

Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями.

План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Внешние и внутренние коммуникации с целевыми аудиториями.

Технологии выхода из кризиса. Анализ последствий кризиса и оценка эффективности реализации мероприятий по его преодолению.

Тема 6. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом

Методология управления персоналом организации: философия, концепция, закономерности и принципы, методы управления персоналом.

Специфика коммуникации в организованных структурах. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников.

Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

Информационное обеспечение управления персоналом.

Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах, оценка эффективности управления персоналом.

Коммуникативные технологии управления развитием персонала и поведением персонала организации. Коммуникации в оценке труда и результатов деятельности персонала. Оценка эффективности управления персоналом.

Тема 7. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры

Основные атрибуты корпоративной культуры. Критерии корпоративной культуры. Определения корпоративной культуры.

Роль основателей организации в формировании корпоративной культуры. Факторы, способствующие поддержанию корпоративной культуры.

Группы, доминирующая культура и субкультуры в организации. Типы субкультур.

Уровни корпоративной культуры: установившиеся порядки в компании (церемонии, ритуалы), организационная коммуникация (рассказы, истории, мифы, легенды, сказки, символы и лозунги). Материальные проявления корпоративной культуры. Язык общения.

Типология корпоративных культур. Классификация Дила и Кеннеди. Классификация Тромпенаарса. Сильная корпоративная культура: характеристика, связь с успешной деятельностью организации.

Изменение корпоративной культуры.

Тема 8. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности

Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.

Интернет как новая коммуникативная среда.

Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах.

Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств. Изучение процессов и явлений внутривнутриполитической и международной жизни. Обеспечение научного и культурного сотрудничества, подготовка и реализация программ, способствующих процессам создания единого международного экономического, экологического, культурного и информационного пространства. Этнопсихологические особенности управления межнациональными, межэтническими и международными отношениями.

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
----------------------------	--------------------------

выставляется, если дан полный, развернутый, последовательный ответ на вопрос	2
выставляется, если дан неполный ответ на вопрос, либо ответ носил дополняющий характер	1

Для заочной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Оценка</i>
выставляется, если дан правильный и полный ответ на вопрос, либо ответ с некоторыми неточностями и пробелами	зачтено
выставляется, если дан неправильный или не раскрывающий сути вопроса ответ, обучающийся не смог ответить на дополнительные вопросы	не зачтено

Практическое задание

Практическое задание – форма учебной деятельности, позволяющая сформировать и проверить не только знания, но и умения, и навыки, связанные с воспроизведением конкретных ситуаций.

Пример практического задания:

1. Разработайте инструментарий для определения типа существующей в организации корпоративной культуры.

2. Разработайте коммуникационную кампанию, направленную на формирование корпоративной культуры организации.

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
цель выполнения задания успешно достигнута; продемонстрирован эталонный ответ (решение); работа выполнена в полном объеме	4
цель выполнения задания практически достигнута; продемонстрирован правильный ответ (решение), с некоторыми замечаниями; работа выполнена в полном объеме	3
цель выполнения задания достигнута не полностью; к ответу имеются существенные замечания; работа выполнена частично	2
цель выполнения задания достигнута в незначительной степени; в ответе (решении) имеются существенные ошибки; большинство заданий не выполнено	1

Для заочной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Оценка</i>
цель выполнения задания успешно достигнута или практически достигнута; продемонстрирован эталонный ответ (решение), либо ответ с некоторыми неточностями; работа выполнена в полном объеме	зачтено
цель выполнения задания не достигнута; продемонстрирован неправильный ответ (решение) или допущены существенные ошибки; работа выполнена не в полном объеме	не зачтено

Собеседование

Собеседование – беседа преподавателя с обучающимся в индивидуальной форме по вопросам изученных в модуле тем, направленная на выявление степени их освоения.

Примерные вопросы для собеседования (рубежный контроль №1)

1. Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников.

2. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации.

3. Типологические модели коммуникационного менеджмента.

4. Организационная коммуникация.

5. Коммуникационная структура организации. Коммуникационные сети, модели и конфигурации.

6. Коммуникационные роли.

7. Официальная и неофициальная деловая коммуникационная структура. Неформальная коммуникационная структура.

8. Управляемость как коммуникативная проблема организации. Коммуникационная чувствительность управления.

9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.

10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере.

11. Специфика коммуникационного менеджмента в малом бизнесе.

12. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы.

13. Коммуникационный менеджмент во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.

14. Структура отдела корпоративной коммуникации.

15. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности.

Спонсорство.

16. Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом.

17. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента.

18. Роль и значение репутации. Составляющие репутации. Репутация и имидж, репутация и узнаваемость, репутация и известность. Учет политических, экономических, социальных, национально-культурных, демографических особенностей среды формирования репутации. Защита репутации.

19. Специфика построения репутации первого лица компании, города, региона, страны.

20. Оценка эффективности реализации программ и мероприятий.

Примерные вопросы для собеседования (рубежный контроль №2)

21. Понятие кризиса. Типология кризисов. Соотношение понятий «кризис» и «проблема», «кризис» и «конфликт». Кризис как угроза целостности системы.

22. Этапы развития кризисной ситуации. Управление антикризисной деятельностью. Действие сотрудников, руководства и службы по связям с общественностью в кризисной ситуации. Сохранение репутации.

23. Антикризисные программы, их создание и обновление.

24. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями.

25. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Внешние и внутренние коммуникации с целевыми аудиториями.

26. Технологии выхода из кризиса. Анализ последствий кризиса и оценка эффективности реализации мероприятий по его преодолению.
27. Методология управления персоналом организации: философия, концепция, закономерности и принципы, методы управления персоналом.
28. Специфика коммуникации в организованных структурах. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников.
29. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.
30. Информационное обеспечение управления персоналом.
31. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах, оценка эффективности управления персоналом.
32. Коммуникативные технологии управления развитием персонала и поведением персонала организации. Коммуникации в оценке труда и результатов деятельности персонала. Оценка эффективности управления персоналом.
33. Основные атрибуты корпоративной культуры. Критерии корпоративной культуры. Определения корпоративной культуры.
34. Роль основателей организации в формировании корпоративной культуры. Факторы, способствующие поддержанию корпоративной культуры.
35. Группы, доминирующая культура и субкультуры в организации. Типы субкультур.
36. Уровни корпоративной культуры: установившиеся порядки в компании (церемонии, ритуалы), организационная коммуникация (рассказы, истории, мифы, легенды, сказки, символы и лозунги). Материальные проявления корпоративной культуры. Язык общения.
37. Типология корпоративных культур. Классификация Дила и Кеннеди. Классификация Тромпенаарса. Сильная корпоративная культура: характеристика, связь с успешной деятельностью организации.
38. Изменение корпоративной культуры.
39. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.
40. Интернет как новая коммуникативная среда.
41. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах.
42. Транснациональные коммуникационные агентства.
43. Методология исследования внутренней коммуникационной структуры организации.
44. Методология исследования внешней коммуникационной структуры организации.

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все вопросы, сумел привести примеры, продемонстрировал способность применять знания в анализе конкретных ситуаций	14-15
выставляется студенту, если студент дал полные, с отдельными пробелами, ответы на все вопросы, сумел привести примеры, продемонстрировал способность, с некоторыми неточностями, применять знания в анализе конкретных ситуаций	10-13

выставляется студенту, если студент дал неполные ответы на некоторые вопросы, не сумел привести отдельные примеры, продемонстрировал способность, со значительными неточностями, применять знания в анализе конкретных ситуаций	7-9
выставляется студенту, если ответы на большинство вопросов носили неполный характер; студент допустил существенные ошибки в большинстве вопросов; продемонстрировал отсутствие способности применять знания в анализе конкретных ситуаций	4-6
выставляется студенту, если ответы на большинство вопросов носили фрагментарный характер; студент допустил существенные ошибки во всех вопросах; продемонстрировал отсутствие способности применять знания в анализе конкретных ситуаций	0-3

Составление глоссария

Составление глоссария – форма учебной деятельности, в ходе которой обучающийся самостоятельно отбирает основные категории по каждой из изученных тем и в письменном виде фиксирует их определение. Для успешного выполнения данного вида работы обучающийся должен выбрать наиболее корректное определение термина в соответствии с контекстом и отраслью знания, а также максимально раскрыть тему на понятийном уровне.

Пример составления глоссария

Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей определенной организации, устойчивая система взаимодействия сотрудников в организации.

Репутация – это устойчивое мнение, социальная оценка личности/компании, основанная на прошлом поведении/деятельности.

Коммуникационная сеть – это определенный тип установления связей между участвующими в коммуникационном процессе индивидами в организации посредством информационных потоков.

Для очной формы

Критерии оценивания	Количество баллов
зафиксированы все основные термины, выбраны наиболее корректные и полно отражающие сущность категории определения	5
зафиксированы почти все основные термины, сущность категорий определена корректно, с некоторыми замечаниями	4
зафиксированы не все основные термины, сущность некоторых категорий определена не полностью и не корректно	3
зафиксированы не все основные термины, сущность большинства категорий определена не полно и не корректно	2
не зафиксировано большинство терминов, их сущность категорий определена не полно и не корректно	1

Устная защита глоссария

Устная защита глоссария – форма устного контроля, в ходе которого обучающийся должен сформулировать определение предложенных терминов.

Перечень терминов определяется индивидуально с каждым студентом по результатам выполнения задания «составление глоссария».

Для очной формы

<i>Критерии оценивания</i>	<i>Количество баллов</i>
даны определения всех терминов, сущность категорий определена полно и корректно	5
даны определения всех или почти всех терминов, сущность категорий определена полно и корректно, с некоторыми замечаниями	4
даны определения не всех терминов, сущность некоторых категорий определена не полностью и не корректно	3
даны определения не всех терминов, сущность большинства категорий определена не полно и не корректно	2
не дано определение большинства терминов, их сущность определена не полно и не корректно	1

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>
2. Рева, В.Е. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие / В.Е. Рева. - Пенза: Пензенский государственный университет, 2003. - 161 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39409>

Дополнительная литература:

1. Блюмин, А.М. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования: учебник / А.М. Блюмин. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 363 с.: табл., граф., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01897-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450721>
2. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы: учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.: ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02411-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453024>
3. Бобров, И. Разработка коммуникационной стратегии колл-центра / И. Бобров. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 96 с. - (Электронная книга). - ISBN 978-5-905845-34-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96805>
4. Бузин, С.В. Коммуникации в современной организации: сущность, элементы и этапы коммуникационного процесса, их значимость в повышении эффективности менеджмент / С.В. Бузин. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 82 с. - ISBN 978-5-504-00052-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141265>
5. Горфинкель, В.Я. Коммуникации и корпоративное управление: учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 129 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00923-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552>

6. Девлетов, О.У. Международный маркетинг: учебное пособие / О.У. Девлетов. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 377 с.: ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 370-374 - ISBN 978-5-4475-6090-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412>
7. Дейнека, А.В. Управление персоналом организации: учебник / А.В. Дейнека. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 288 с.: ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02375-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454057>
8. Ершова, Н.А. Современные технологии системы управления персоналом в бизнес-структурах: монография / Н.А. Ершова, Н.В. Сергеева; под ред. Н.А. Ершовой; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). - М.: МИРБИС, 2014. - 312 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-98817-047-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445847>
9. Калянов, Г.Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе: учебник / Г.Н. Калянов. - 2-е изд., дополн. - М.: Горячая линия-Телеком, 2016. - 210 с.: ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9912-0174-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457148>
10. Марусева, И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах: (подготовка к экзамену): учебное пособие для вузов / И.В. Марусева. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 214 с.: рис., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3089-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547>
11. Матяш, С.А. Корпоративные информационные системы: учебное пособие / С.А. Матяш. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 471 с.: ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 458-467 - ISBN 978-5-4475-6085-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435245>
12. Орехов, С.А. Корпоративный менеджмент: учебное пособие / С.А. Орехов, В.А. Селезнев, Н.В. Тихомирова; под общ. ред. С.А. Орехова. - 4-е изд., перераб. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 440 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02744-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452584>
13. Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие / Т.Н. Персикова. - М.: Логос, 2008. - 114 с. - ISBN 978-5-98704-127-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84788>
14. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии: сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 106 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>
15. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 407 с.: табл. - Библиогр.: с. 375-379 - ISBN 978-5-394-01969-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453046>
16. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 272 с.: табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02075-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896>
17. Шуванов, В.И. Социальная психология управления: учебник / В.И. Шуванов. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01629-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118145>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Информационный ресурс	Наименование ресурса
1	https://wciom.ru/	ВЦИОМ
2	http://www.levada.ru/	Левада-центр
3	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
4	http://ecsocman.hse.ru/	Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
5	https://fom.ru/	ФОМ

1. Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал», договор с ООО «Библиотех».

2. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ». Режим доступа: <https://elib.bashedu.ru/>

3. Электронная библиотечная система издательства «Лань». Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

4. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>

5. Научная электронная библиотека elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам). Режим доступа: https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp

6. Электронный каталог Библиотеки БашГУ. Режим доступа: <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.)

2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.).

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Аудитория № 312 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Лекции	Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 312 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Практические занятия	Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 309 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная мебель, доска
Аудитория № 309 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Учебная мебель, доска
Аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)		Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок LenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB, (15 штук)
Читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла	Самостоятельная работа учащихся	Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер

Маркса, д.3, корп.4)		EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.
----------------------	--	---

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Коммуникационный менеджмент на 8 семестр
(наименование дисциплины)
очной формы обучения
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	32,2
лекций	14
практических/ семинарских лабораторных	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	39,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:
зачет __8__ семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	4	5	6	7	8	9	10
1	<p>Концептуальные основы коммуникационного менеджмента</p> <p>Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации. Типологические модели коммуникационного менеджмента.</p>	1	2		5	1,2 (о) 1, 3-5, 9, 10, 15 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита глоссария</p> <p>Собеседование</p>
2	<p>Коммуникационная структура организации</p> <p>Организационная коммуникация. Коммуникационная структура организации. Коммуникационные сети, модели и конфигурации. Коммуникационные роли. Официальная и неофициальная деловая коммуникационная структура. Неформальная коммуникационная структура.</p>	2	2		5	1,2 (о) 2-5, 10-12, 15 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита глоссария</p> <p>Собеседование</p>

	Управляемость как коммуникативная проблема организации. Коммуникационная чувствительность управления.							
3	Функции коммуникационного менеджмента Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере. Специфика коммуникационного менеджмента в малом бизнесе. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы. Коммуникационный менеджмент во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления. Структура отдела корпоративной коммуникации. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство. Организация консультативной фирмы и особенности взаимодействия между клиентом и консультантом. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента.	2	2		5	1,2 (о) 1, 3-5, 9, 10 (д)	Изучение лекционного материала источников и Выполнение практических заданий Составление глоссария	Устный опрос Практическое задание Составление глоссария Устная защита Устная защита Собеседование
4	Репутационный менеджмент	1	2		4	1,2 (о)	Изучение	Устный опрос

	<p>Роль и значение репутации. Составляющие репутации. Репутация и имидж, репутация и узнаваемость, репутация и известность. Учет политических, экономических, социальных, национально-культурных, демографических особенностей среды формирования репутации. Защита репутации. Специфика построения репутации первого лица компании, города, региона, страны. Оценка эффективности реализации программ и мероприятий.</p>					4, 10, 14, 16 (д)	<p>лекционного материала источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	и	<p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита</p> <p>глоссария</p> <p>Собеседование</p>
5	<p>Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях</p> <p>Понятие кризиса. Типология кризисов. Соотношение понятий «кризис» и «проблема», «кризис» и «конфликт». Кризис как угроза целостности системы. Этапы развития кризисной ситуации. Управление антикризисной деятельностью. Действие сотрудников, руководства и службы по связям с общественностью в кризисной ситуации. Сохранение репутации. Антикризисные программы, их создание и обновление. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в</p>	2	3		5	1,2 (о) 4, 10, 14, 16 (д)	<p>Изучение лекционного материала источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	и	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита</p> <p>глоссария</p> <p>Собеседование</p>

	<p>средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Внешние и внутренние коммуникации с целевыми аудиториями. Технологиями выхода из кризиса. Анализ последствий кризиса и оценка эффективности реализации мероприятий по его преодолению.</p>							
6	<p>Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом Методология управления персоналом организации: философия, концепция, закономерности и принципы, методы управления персоналом. Специфика коммуникации в организованных структурах. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах. Информационное обеспечение управления персоналом. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах, оценка эффективности управления персоналом. Коммуникативные технологии управления развитием персонала и</p>	2	2		5	1,2 (о) 4, 7, 8, 10, 11, 17 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита глоссария</p> <p>Собеседование</p>

	поведением персонала организации. Коммуникации в оценке труда и результатов деятельности персонала. Оценка эффективности управления персоналом.							
7	<p>Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры</p> <p>Основные атрибуты корпоративной культуры. Критерии корпоративной культуры. Определения корпоративной культуры. Роль основателей организации в формировании корпоративной культуры. Факторы, способствующие поддержанию корпоративной культуры. Группы, доминирующая культура и субкультуры в организации. Эффективность работы группы и конформизм. Типы субкультур. Уровни корпоративной культуры: установившиеся порядки в компании (церемонии, ритуалы), организационная коммуникация (рассказы, истории, мифы, легенды, сказки, символы и лозунги). Материальные проявления корпоративной культуры. Язык общения. Типология корпоративных культур. Классификация Дила и Кеннеди. Классификация Тромпенаарса. Сильная корпоративная культура: характеристика, связь с успешной</p>	2	3		5	1,2 (о) 7, 8, 10-13, 17 (д)	<p>Изучение лекционного материала источников и</p> <p>Выполнение практических заданий</p> <p>Составление глоссария</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p> <p>Составление глоссария</p> <p>Устная защита</p> <p>Собеседование</p>

	деятельностью организации. Изменение корпоративной культуры.							
8	Коммуникационный менеджмент в международной деятельности Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Интернет как новая коммуникативная среда. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах. Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств. Изучение процессов и явлений внутривнутриполитической и международной жизни. Обеспечение научного и культурного сотрудничества, подготовка и реализация программ, способствующих процессам создания единого международного экономического, экологического, культурного и информационного пространства. Этнопсихологические особенности управления межнациональными, межэтническими и международными отношениями.	2	2		4,8	1,2 (о) 2, 8, 13 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий Составление глоссария	Устный опрос Практическое задание Составление глоссария Устная защита глоссария Собеседование
		14	18		39,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Коммуникационный менеджмент на 9 семестр
(наименование дисциплины)
заочной формы обучения
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	13,2
лекций	6
практических/ семинарских	6
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	55
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	3,8

Форма(ы) контроля:
зачет __9__ семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
	2	4	5	6	7	8	9	10
1	<p>Концептуальные основы коммуникационного менеджмента</p> <p>Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации. Корпоративная культура, имидж организации. Типологические модели коммуникационного менеджмента.</p>	1	0		7	1,2 (о) 1, 3-5, 9, 10, 15 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание
2	<p>Коммуникационная структура организации</p> <p>Организационная коммуникация. Коммуникационная структура организации. Коммуникационные сети, модели и конфигурации. Коммуникационные роли. Официальная и неофициальная</p>	1	1		7	1,2 (о) 2-5, 10-12, 15 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание

	деловая коммуникационная структура. Неформальная коммуникационная структура. Управляемость как коммуникативная проблема организации. Коммуникационная чувствительность управления.							
3	Функции коммуникационного менеджмента Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере. Специфика коммуникационного менеджмента в малом бизнесе. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы. Коммуникационный менеджмент во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления. Структура отдела корпоративной коммуникации. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство. Организация консультативной фирмы и особенности	1	0		7	1,2 (о) 1, 3-5, 9, 10 (д)	Изучение лекционного материала и источников Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание

	взаимодействия между клиентом и консультантом. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента.							
4	Репутационный менеджмент Роль и значение репутации. Составляющие репутации. Репутация и имидж, репутация и узнаваемость, репутация и известность. Учет политических, экономических, социальных, национально-культурных, демографических особенностей среды формирования репутации. Защита репутации. Специфика построения репутации первого лица компании, города, региона, страны. Оценка эффективности реализации программ и мероприятий.	1	1		6	1,2 (о) 4, 10, 14, 16 (д)	Изучение лекционного материала источников и Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание
5	Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях Понятие кризиса. Типология кризисов. Соотношение понятий «кризис» и «проблема», «кризис» и «конфликт». Кризис как угроза целостности системы. Этапы развития кризисной ситуации. Управление антикризисной деятельностью. Действие сотрудников, руководства и службы по связям с общественностью в кризисной ситуации. Сохранение	1	1		7	1,2 (о) 4, 10, 14, 16 (д)	Изучение лекционного материала источников и Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание

	<p>репутации. Антикризисные программы, их создание и обновление. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами. Внешние и внутренние коммуникации с целевыми аудиториями. Технологией выхода из кризиса. Анализ последствий кризиса и оценка эффективности реализации мероприятий по его преодолению.</p>							
6	<p>Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом Методология управления персоналом организации: философия, концепция, закономерности и принципы, методы управления персоналом. Специфика коммуникации в организованных структурах. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников.</p>	0	1		7	1,2 (о) 4, 7, 8, 10, 11, 17 (д)	Изучение лекционного материала источников и Выполнение практических заданий	Устный опрос Практическое задание

	<p>Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах. Информационное обеспечение управления персоналом. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах, оценка эффективности управления персоналом. Коммуникативные технологии управления развитием персонала и поведением персонала организации. Коммуникации в оценке труда и результатов деятельности персонала. Оценка эффективности управления персоналом.</p>							
7	<p>Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры Основные атрибуты корпоративной культуры. Критерии корпоративной культуры. Определения корпоративной культуры. Роль основателей организации в формировании корпоративной культуры. Факторы, способствующие поддержанию корпоративной культуры. Группы, доминирующая культура и субкультуры в организации. Эффективность работы группы и конформизм. Типы субкультур.</p>	0	1		7	1,2 (о) 7, 8, 10-13, 17 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p>

	<p>Уровни корпоративной культуры: установившиеся порядки в компании (церемонии, ритуалы), организационная коммуникация (рассказы, истории, мифы, легенды, сказки, символы и лозунги). Материальные проявления корпоративной культуры. Язык общения. Типология корпоративных культур. Классификация Дила и Кеннеди. Классификация Тромпенаарса. Сильная корпоративная культура: характеристика, связь с успешной деятельностью организации. Изменение корпоративной культуры.</p>							
8	<p>Коммуникационный менеджмент в международной деятельности Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Интернет как новая коммуникативная среда. Этнопсихологические особенности менеджмента в многонациональных коллективах. Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств. Изучение процессов и явлений</p>	1	1		7	1,2 (о) 2, 8, 13 (д)	<p>Изучение лекционного материала и источников</p> <p>Выполнение практических заданий</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание</p>

	<p>внутриполитической и международной жизни. Обеспечение научного и культурного сотрудничества, подготовка и реализация программ, способствующих процессам создания единого международного экономического, экологического, культурного и информационного пространства.</p> <p>Этнопсихологические особенности управления межнациональными, межэтническими и международными отношениями.</p>							
		6	6		55			

Рейтинг – план дисциплины**Коммуникационный менеджмент**

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

специальность 39.03.01 Социология

курс 4, семестр 8

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль			0	24
1. Устный опрос	2	4	0	8
2. Практическое задание	4	4	0	16
Рубежный контроль			0	25
1. Составление глоссария	5	1	0	5
2. Устная защита глоссария	5	1	0	5
3. Собеседование	15	1	0	15
Модуль 2				
Текущий контроль			0	26
1. Устный опрос	2	5	0	10
2. Практическое задание	4	4	0	16
Рубежный контроль			0	25
1. Составление глоссария	5	1	0	5
2. Устная защита глоссария	5	1	0	5
3. Собеседование	15	1	0	15
Поощрительные баллы				
1. Более 7 выступлений			0	5
2. Участие в олимпиаде / конференции / публикация статей			0	5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
1. Зачет				