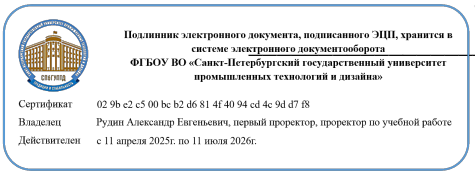
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.03 Организационно-управленческие коммуникации

Учебный план: 2024-2025 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ОО №2-1-134.plx

Кафедра: 38 Рекламы

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	17	34	30	27	3	Экзамен
	РПД	17	34	30	27	3	
Итого	УП	17	34	30	27	3	
	РПД	17	34	30	27	3	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент _____ Рыжих Линда Викторовна

От кафедры составителя: _____ Смирнов Алексей
Заведующий кафедрой рекламы Викторович

От выпускающей кафедры: _____ Смирнов Алексей
Заведующий кафедрой Викторович

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Формирование у студентов компетенций в области сущности коммуникационного менеджмента, как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями

1.2 Задачи дисциплины:

-определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;

- изучение методик и технологии проведения коммуникационного исследования;
- рассмотрение специфических моделей взаимодействия между субъектами коммуникаций;
- ознакомление с эффективными методами разрешения коммуникационных конфликтов;
- исследование особенностей формирования имиджа менеджера и корпорации (организации);
- разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

История публичных коммуникаций

Теория и философия медиакоммуникаций

Основы научных исследований в профессиональной сфере

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ
Знать: принципы принятия управленческих решений в процессе деятельности предприятий и реализации проектов в медиа- и коммуникационной индустрии
Уметь: разрабатывать планы по руководству коммерческими и социальными проектами в медиа- и коммуникационной индустрии
Владеть: навыками составления деловой документации, используемой на предприятии

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Методология коммуникационного менеджмента	1					О
Тема 1. Коммуникации и структуры коммуникационных сред. Определение коммуникационного процесса как процесса взаимодействия между различными субъектами коммуникации, при котором осуществляется обмен информацией. Базовые элементы коммуникационного процесса: отправитель, сообщение, коммуникационный канал, получатель. Этапы коммуникативного процесса: формирование сообщения, передача, прием, расшифровка, использование информации. Кодирование и декодирование информации. Виды коммуникаций в организациях. Коммуникационные сети и их разновидности. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления. Коммуникативная культура. Показатели культуры речи. Виды общения в организациях. Особенности различных видов делового общения. Практическое занятие: Способы управления деловым общением.		2	4	2		
Тема 2. Коммуникации и информационные ресурсы. Информация как основной элемент коммуникативных систем. Производство и потребление информации. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем. Виды и состав информационных ресурсов. Государственные информационные ресурсы. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации. Коммуникации и средства массовой информации. Информационные войны. Практическое занятие: Управление информационными ресурсами в организации.		1	2	4	ИЛ	

Тема 3. Коммуникации в процессе формирования организационной культуры. Понятие организационной культуры. Организационная культура и ее составляющие: базовые принципы; ценностные ориентации сотрудников; символика (фирменный стиль, история, мифы, легенды). Внешняя и внутренняя корпоративная культура, их основные признаки. Факторы, способствующие формированию корпоративных отношений. Корпоративные стандарты как часть корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры. Практическое занятие: Корпоративные отношения.		2	4	4		
Тема 4. Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности. Формирование и развитие связей со СМИ. Деятельность по формированию отношений с прессой. Структура информационных материалов. Взаимодействие с органами государственной власти и управления (GR - коммуникации). Частно-государственное партнерство. Корпоративная социальная ответственность. Принципы формирования взаимовыгодных отношений организации с представителями государственной власти и управления. Управление внутрифирменными коммуникациями.Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров. Правила внутреннего распорядка предприятия. Понятие и виды адаптации. Порядок адаптации новых сотрудников. Практическое занятие: Коммуникационные перегрузки и коммуникационные потребности сотрудников.		2	4	4	АС	
Раздел 2. Технологии организационно-управленческих коммуникаций						
Тема 5. Коммуникации в процессе формирования общественного мнения. Общественное мнение, его понятие и структура. Концепции общественного мнения: монистическая; мажоритарная; плюралистическая. Компоненты общественного мнения: когнитивный, эмоциональный, аксиологический, поведенческий. Специфика общественного мнения. Типология и стадии развития общественного мнения; факторы, определяющие характер и содержание общественного мнения. Элементы структуры общественного мнения. Социально-психологические свойства общественного мнения. Функции и каналы выражения общественного мнения. Практическое занятие: Манипуляция общественным мнением.		2	4	4		Д

Тема 6. Конструирование имиджа организации. Понятие корпоративного имиджа. Механизм воздействия имиджа на общественность. Имидж, бренд компании и репутация. Особенности имиджа. Влияние позитивного имиджа на деятельность организации, покупателей и персонал. Типология корпоративного имиджа. Основные подходы к созданию корпоративного имиджа. Технология конструирования корпоративного имиджа. Концепция имиджа. Корпоративная философия. Стратегия корпоративного имиджа. Разработки корпоративных принципов и стандартов. Имиджевый контекст коммуникативных событий. Практическое занятие: Этические кодексы организации.		2	4	4	ГД	
Тема 7. Управление слухами в организации. Сущность и типология слухов. Слух как разновидность неформального коммуникативного воздействия. Структура и характеристики слухов. Среда возникновения слухов. Механизмы распространения слухов. Причины возникновения и распространения слухов. Причины деформации первичной информации в организации. Слухи как инструмент адаптации человека к изменяющейся социальной среде. Применение шок-технологий в коммуникационных воздействиях на целевые аудитории. Практическое занятие: Способы управления слухами.		2	4	3		
Тема 8. Антикризисный коммуникационный менеджмент. Сущность и основные признаки коммуникационного кризиса организации. Типология кризисных состояний организации. Понятие кризисных (чрезвычайных) PR. Эффективная стратегия оперативного коммуникационного реагирования на возникновение кризисной ситуации. Типовые ошибки, допускаемые организациями в кризисных ситуациях. Действия организации в условиях кризиса. Профилактические меры компании, позволяющие избежать кризиса. Организация мониторинга СМИ. Практическое занятие: Принципы действий компании в чрезвычайной ситуации.		2	4	3	АС	

Тема 9. Управление маркетинговыми коммуникациями. Комплекс маркетинговых коммуникаций и его составляющие: реклама, личные продажи, связи с общественностью, стимулирование сбыта. Элементы и модели маркетинговой коммуникации. Этапы планирования комплекса маркетинговых коммуникаций: выявление целевой аудитории; определение желаемой ответной реакции; выбор обращения; выбор средств распространения информации; выбор свойств, характеризующих источник обращения; учет потока обратной связи. Средства нетрадиционных маркетинговых коммуникаций: директ-маркетинг, брендинг, мерчандайзинг, спонсорство и благотворительность, выставки и ярмарки. Практическое занятие: Приемы манипулирования информацией.		2	4	2		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	30		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		53,5		54,5		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-1	Объясняет современные принципы работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций предприятия. Осуществляет мероприятия по формированию корпоративной идентичности и оценивает эффективность их реализации. Соблюдает правила и нормы корпоративной этики и организационной культуры в процессе построения оптимальных коммуникационных систем и сетей. Верно оформляет служебную документацию.	Вопросы устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, умение использовать теоретические знания для решения практических задач.	
4 (хорошо)	Ответ полный и правильный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но допущены в ответах небольшие погрешности, которые устраняются только в результате собеседования.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без	

	самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом при неполных, слабо аргументированных ответах. Присутствуют неточности в ответах, пробелы в знаниях по некоторым темам, существенные ошибки, которые могут быть найдены и частично устранены в результате собеседования.	
2 (неудовлетворительно)	Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 1	
1	Понятия планирование и управление. Основные принципы планирования.
2	Теория планирования, управления и контроля производственных процессов. Стратегическое, тактическое и перспективное планирование.
3	Контроль за выполнением поставленных задач и их корректировка. Планирование и результат.
4	Учет внешних и внутренних факторов в процессе планирования.
5	Стратегическое планирование и его место в общей системе планирования. Принципы стратегического планирования.
6	Миссия организации и ее значение для стратегического планирования.
7	Анализ внешней и внутренней среды при стратегическом планировании.
8	Варианты стратегий и выбор наиболее оптимальной из них.
9	Соотношение стратегического и оперативного планирования.
10	Управление персоналом коммуникационного агентства. Подбор персонала: организационный и психологический аспекты.
11	Особенности работы трудового коллектива в сфере рекламы и связей с общественностью. Групповая продуктивность и решение проблем.
12	Конфликты и управление ими. Продуктивное использование конфликтов.
13	Виды стратегий. Стратегии функционирования. Классификация стратегий функционирования по М. Портеру.
14	Стратегии развития, их виды по М. Портеру. Стратегии роста, умеренного роста, сокращения. Классификация стратегий по характеру.
15	Стратегии наступательные, наступательно-оборонительные (стабилизация) и оборонительные (стратегии выживания). Инновационные стратегии.
16	Функции руководства. Уровни руководства.
17	Типы руководителей. Функции руководителей
18	Стили руководства. Активные и пассивные руководители.
19	Авторитет руководителя и его значение для эффективной деятельности организации.
20	Отношения руководителя с подчиненными как инструмент управления.
21	Формирование авторитета руководителя и развитие корпоративной культуры.
22	Виды деловой документации.
23	Обмен документами с внешней средой.
24	Внутриорганизационный документооборот.
25	Правила оформления деловой документации: стандарты и этикет
26	Технология работы с документами.
27	Организация документопотоков.
28	Законодательные механизмы защиты интеллектуальной собственности. Нарушение законов и возможные последствия.

29	Современные способы защиты информации. Этические нормы защиты интеллектуальной собственности.
30	Понятие экспертизы интеллектуального продукта.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Тестовые задания не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Ознакомиться с ГОСТ Р 7.0.97-2016. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. Составить деловое письмо.

Задание 2. Подготовить письменный материал в виде сообщения по теме занятия:

− привести образцы (примеры) стилей общения, чаще всего встречающихся в жизни в общении с друзьями, преподавателями, по работе и т. д., с комментариями;

− составить и заполнить таблицу с описанием своих впечатлений от взаимодействия с людьми, общающимися в разных стилях (духовный, примитивный, манипулятивный, деловой, формально-ролевой).

Задание 3. Психологи выявили следующую закономерность коммуникации:

- задумано отправителем 100 % объема информации;
- преобразовано в словесную форму внутренней речи 90 %;
- высказано отправителем – 80 % объема информации;
- воспринято получателем – 70 %;
- понято 60 %;
- осталось в памяти получателя 24 % объема первоначальной информации.

Оценить эффективность коммуникационного процесса и предложить меры, направленные на ее повышение.

Задание 4. Выступающий рассказывает о каком-то поступке. Остальные указывают на негативные явления поступка, стараясь «испортить» настроение говорящему. Задача говорящего – в течение 2–3 минут противостоять напору «критиков», защищая свою позицию. Не следует «отмахиваться» от критики, необходимо в ответ приводить контраргументы.

Задание 5. Руководитель отдела программного обеспечения компании "Луна" имел репутацию специалиста высокой квалификации и большого ума. Однако его скептическое отношение к гуманитарным дисциплинам еще со школьной скамьи проявлялось в неспособности понятно излагать свои мысли во время общения. Он презирал "сантименты" и предпочитал сухие инструкции. Взаимодействие с подчиненными выводило руководителя из себя и он начинал излагать свои мысли и указания еще более путано. если подчиненные выражали непонимание, он злился. Подчиненные старались не задавать шефу лишних вопросов, но между собой подшучивали над ним. Они часто обращались за разъяснениями указаний руководителя к его молодому заместителю, который брал на себя труд интерпретировать распоряжения и идеи руководителя. Заместитель умел вести дискуссии, вовлекая в них ключевых сотрудников. Вскоре на этой основе сформировалась команда единомышленников, которые стали предлагать проекты и решения, в определенной степени противоречащие подходам руководителя. В отделе назревал конфликт. Через полгода он завершился сменой руководителя отдела.

В чем причина сложившейся ситуации? Какие рекомендации следует предложить для данной организации?

Задание 6. Необходимо выбрать вариант компании (фирмы, организации):

-Вариант A (компания, производящая продукты питания);

-Вариант B (компания, производящая косметическую продукцию);

-Вариант C (компания, выпускающая бытовую технику);

-Вариант D (телекоммуникационная компания).

В соответствии с вариантом (A, B, C, D) смоделируйте вымышленную компанию и представьте ее. Дайте общие сведения о ней. Какую продукцию она выпускает? Каково ее месторасположение? Имеет ли она представительства или производство в других регионах, странах? Кто ее партнеры, посредники, потребители? Почему Вашей компании необходимы корпоративные коммуникации? Приведите примеры значения корпоративных коммуникаций для Вашей компании.

Исходя из профиля смоделированной компании напишите, на какие целевые группы направлены ее корпоративные коммуникации. Какие средства массовой информации (пресса, радиокомпании, телепередачи) наиболее интересны для Вашей компании. Приведите примеры, какие материалы Вы могли бы подготовить для прессы? Что необходимо учитывать в работе со СМИ?

Задание 7. Возьмите один из выпусков ежедневной деловой или общественно-политической газеты («Ведомости», «Коммерсант», «Известия», «Российская газета» и др.), найдите в нем и подпишите такие жанры, как: репортаж, интервью, заметка, обозрение, отчет.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Сообщение итогов студенту осуществляется непосредственно после устного ответа на вопросы и представления результатов практической части экзамена.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Звягинцева, О. С., Кенина, Д. С., Бабкина, О. Н., Исаенко, А. П.	Коммуникационный менеджмент	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/109384.html
Асташина, О. В.	Деловые коммуникации	Саратов: Вузовское образование	2021	https://www.iprbookshop.ru/117617.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Гэри, Уильямс, Роберт, Миллер, Роберт, Чалдини, Дебора, Таннен, Джей, Конджер, Лесли, Перлоу, Стефани, Уильямс, Ник, Морган, Стивен, Деннинг, Кимберли, Элсбах, Джон, Хэмм, Холли, Уикс	Эффективные коммуникации	Москва: Альпина Паблишер	2018	http://www.iprbookshop.ru/82660.html
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
Звягинцева, О. С.	Командная работа и коммуникации	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/109383.html
Короткий, С. В.	Деловые коммуникации	Саратов: Вузовское образование	2019	http://www.iprbookshop.ru/80614.html
Васильева, Е. Ю., Сергиевская, Н. В.	Коммуникационный менеджмент	Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/101795.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: http://ecsocman.hse.ru

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: https://www.restko.ru/

База профессиональных данных «Мир психологии» [Электронный ресурс]. URL: http://psychology.net.ru/

Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: https://www.scopus.com

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска