

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



**Программа дисциплины**  
**Коммуникационный менеджмент М2.В.1**

Направление подготовки: 031600.68 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Геобрендинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Сидельникова Т.Т.

**Рецензент(ы):**

Морозова Г.В.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_г

Регистрационный No 86855814

Казань  
2014

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) профессор, д.н. (профессор) Сидельникова Т.Т. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций, Tatiana.Sidelnikova@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Цель курса - формирование у студентов системных знаний о концептуальных основах коммуникационного менеджмента как научного управления потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований с целью решения стратегических и тактических задач в развитии общественных отношений.

Задачи курса:

- выработать у студентов понимание теоретических положений, сущности, процесса, функций коммуникационного менеджмента, его специфики в различных сферах деятельности и ситуациях;
- способствовать овладению студентами навыками управления информационным взаимодействием в различных сферах предметной деятельности, приемами и методами проведения коммуникационных исследований для работы в соответствующих подразделениях и оказания консалтинговых услуг.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "М2.В.1 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.68 Реклама и связи с общественностью и относится к вариативной части. Осваивается на 1 курсе, 1 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "М2.В 1 Цикл профессиональных дисциплин, относится к дисциплине вариативной части". Осваивается на первом курсе (1 семестр).

Освоение дисциплины позволит студентам овладеть знаниями и умениями управления информационным взаимодействием в различных сферах, приемами и методами анализа современных коммуникационных проблем и выработке на его основе эффективных решений по управлению информационными потоками.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-17 (профессиональные компетенции)	способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-22 (профессиональные компетенции)	способностью ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований
ПК-25 (профессиональные компетенции)	способностью интегрировать знания, справляться со сложностями и формировать суждения на основе неполной и ограниченной информации
ПК-27 (профессиональные компетенции)	способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-28 (профессиональные компетенции)	способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции
ПК-29 (профессиональные компетенции)	способностью применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации
ПК-30 (профессиональные компетенции)	способностью читать лекции и вести практические занятия в высшем учебном заведении на уровне современных научных требований

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- определять место, роль и функции коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;
- усвоить содержание этапов коммуникационного менеджмента;
- изучить технологии и методики организации коммуникационного менеджмента;
- овладеть эффективными методами разрешения коммуникационных конфликтов;
- сформировать знания и умения работы с персоналом, поддержания высокого уровня организационной культуры, выработки конкретных рекомендаций для руководства по коммуникационному обеспечению различных сфер деятельности.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 1 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.	1		0	8	0	реферат устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс.	1		0	8	0	устный опрос реферат
3.	Тема 3. Персонал коммуникационного менеджмента.	1		0	6	0	реферат устный опрос
4.	Тема 4. Сферы деятельности коммуникационного менеджмента.	1		0	8	0	реферат устный опрос
5.	Тема 5. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных и конфликтных ситуациях.	1		0	6	0	реферат тестирование устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	экзамен
	Итого			0	36	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.

#### *практическое занятие (8 часа(ов)):*

Коммуникационный менеджмент как предмет изучения: понятия и подходы. Социальная детерминированность коммуникационного менеджмента. Функции коммуникативного менеджмента и эффективность потоков информационного взаимодействия. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента: общее и особенное. Сферы применения коммуникационного менеджмента. Управление коммуникациями в области связей с общественностью. Мифологическая информация в контексте коммуникативного менеджмента.

### Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс.

#### *практическое занятие (8 часа(ов)):*

Объекты и субъекты коммуникаций. ?Квартет? в деятельности менеджера по коммуникациям: коммуникатор ? целевая аудитория ? ключевое сообщение ? каналы коммуникаций. Этапы процесса коммуникативного менеджмента. Технология организации управления потоками информации: определение проблемы ?Что происходит в данный момент??; планирование и прогнозирование: ?Что необходимо изменить, сделать, исходя из известного о ситуации??; действия в коммуникации: ?Кто, где, как именно должен это сделать??; оценка программы: ?Как идут дела, какие возникли новые проблемы, что делать дальше??

### Тема 3. Персонал коммуникационного менеджмента.

#### *практическое занятие (6 часа(ов)):*

Профессиональные требования к персоналу. Модель личностно-деловых качеств современного менеджера по обеспечению коммуникационных процессов. Профпригодность и профкомпетентность. Персональное и корпоративное честолюбие: понятие и основные направления формирования. Факторы конкурентоспособности персонала. Интеллектуализация менеджмента: объективные и субъективные факторы. Мотивация и эффективное стимулирование: целевое предназначение, психолого-дидактические принципы, психолого-этические правила. Основание теории мотивации персонала. Культура управленческого общения: механизм общения делового социума. Модель управленческого общения. Авторитет менеджера в макро- и микро-коммуникационном обеспечении управления.

#### **Тема 4. Сферы деятельности коммуникационного менеджмента.**

##### ***практическое занятие (8 часа(ов)):***

Коммуникационный менеджмент государственного предприятия и бизнеса. Особенности коммуникационного менеджмента государственного предприятия и т.п. Управление коммуникационным обеспечением бизнес-структур. Основные направления деятельности коммуникационного менеджмента (технологическое, репутационно-имиджевое). Лоббизм, спонсорство, меценатство. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти. Коммуникационный менеджмент органов публичной власти. Содержание деятельности по связям с общественностью в органах исполнительной, законодательной и судебной власти. Задачи информационного обеспечения. Политический и социальный маркетинг. Коммуникационный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении. Местное самоуправление как многообразная деятельность граждан по участию в решении вопросов местного самоуправления. Формальные и неформальные коммуникации в органах местного самоуправления. Структура и основные направления деятельности служб коммуникационного менеджмента на уровне муниципального образования.

#### **Тема 5. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных и конфликтных ситуациях.**

##### ***практическое занятие (6 часа(ов)):***

Понятие кризисных ситуаций в контексте коммуникационного менеджмента. Объективные и субъективные факторы риска в современных условиях. Типология кризисных ситуаций в публичном общении (массовые недовольства, аномалия, кризисы общения в политике, со СМИ, потеря доверия лидерами и т.д.) Меры по недопущению углубления кризиса и выхода из кризисной ситуации. Типичные ошибки организационного поведения в кризисе. Преодоление слухов как функция коммуникационного менеджмента. Технологии антикризисного информационного реагирования для нейтрализации последствий кризиса. Значение коммуникационного менеджмента для принятия эффективных решений в кризисе. Аналитико-коммуникационная работа антикризисной программы. Конфликтологическая составляющая коммуникационного менеджмента. Типологии конфликтных личностей. Технологии преодоления конфликтов. Роль коммуникационного менеджмента в усилении конструктивной и купировании деструктивной функций конфликта.

### **4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

<b>N</b>	<b>Раздел Дисциплины</b>	<b>Семестр</b>	<b>Неделя семестра</b>	<b>Виды самостоятельной работы студентов</b>	<b>Трудоемкость (в часах)</b>	<b>Формы контроля самостоятельной работы</b>
1.	Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.	1		подготовка к реферату	8	реферат
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс.	1		подготовка к реферату	8	реферат
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Персонал коммуникационного менеджмента.	1		подготовка к реферату	8	реферат
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Сферы деятельности коммуникационного менеджмента.	1		подготовка к реферату	8	реферат
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
5.	Тема 5. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных и конфликтных ситуациях.	1		подготовка к реферату	14	реферат
				подготовка к тестированию	6	тестирование
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
	Итого				72	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются: семинарские занятия, которые закрепляются в ходе научно-исследовательской практики магистров.

Виды контроля: текущий (тестирование, рефераты, устный опрос), итоговый (в форме экзамена).

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.

реферат , примерные темы:

1. Цели и задачи коммуникационного менеджмента. 2. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе. 3. Правовые основы коммуникационного менеджмента. 4. Этические особенности межличностных коммуникаций. 5. Российская специфика коммуникационного менеджмента.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Коммуникационный менеджмент: понятия и подходы. 2. Функции коммуникационного менеджмента. 3. Принципы коммуникационного менеджмента. 4. Социальная детерминированность обеспечения управления информационными потоками.

### Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс.

реферат , примерные темы:

1. Специфика управленческих усилий на всех этапах коммуникативного процесса. 2. Формы и методы управления коммуникативным процессом. 3. Критерии эффективности в управлении коммуникациями. 4. деятельность менеджера по управлению информационными потоками. 5. Классификация каналов коммуникаций в коммуникационном процессе. 6. Барьеры и помехи в информационных подходах.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Объекты и субъекты коммуникации. 2. Этапы процесса коммуникативного менеджмента: а. определение проблемы; б. планирование и прогнозирование; с. действия в коммуникации; д. оценка программы. 3. Барьеры и ошибки в коммуникациях.

### **Тема 3. Персонал коммуникационного менеджмента.**

реферат , примерные темы:

1. Менеджер по обеспечению управления коммуникационными процессами как профессия. 2. Основные направления работы с персоналом по воспитанию персонального и корпоративного честолюбия. 3. Мотивация деятельности персонала. 4. Факторы конкурентоспособности персонала: настоящее и прогноз. 5. Модель управленческого общения в коммуникационном менеджменте.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Модель личностно-деловых качеств современного менеджера по обеспечению коммуникационных процессов. 2. Факторы конкурентоспособности персонала. 3. Основные теории мотивации персонала. 4. Культура управленческого общения как слагаемое эффективности деятельности персонала коммуникационного менеджмента.

### **Тема 4. Сферы деятельности коммуникационного менеджмента.**

реферат , примерные темы:

1. Характерные черты коммуникационного менеджмента государственного предприятия. 2. Основные направления деятельности коммуникационного менеджмента в сфере бизнеса. 3. Информационное и технологическое обеспечение деловой структуры. 4. Обеспечение коммуникационной безопасности бизнеса. 5. Коммуникационный менеджмент органов публичной власти.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Коммуникационный менеджмент государственного предприятия и бизнеса. 2. Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти. 3. Особенности коммуникационного менеджмента в муниципальном и местном самоуправлении.

### **Тема 5. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных и конфликтных ситуациях.**

реферат , примерные темы:

1. Потенциал и ограничения коммуникационного менеджмента в кризисных ситуациях. 2. Типологии кризисных ситуаций в публичном общении. 3. Управление коммуникациями в период кризиса. 4. Объективные и субъективные факторы возрастания социальных рисков в современных условиях. 5. Кризисная ситуация потери деловой репутации. 6. Конфликты в публичном общении. 7. Конструктивные и деструктивные функции конфликтов в публичном общении. 8. Технологии преодоления публичных конфликтов.

тестирование , примерные вопросы:

Тестирование по пройденному курсу

устный опрос , примерные вопросы:

1. Кризисная ситуация (кризис) понятия и подходы. 2. Типология кризисных ситуаций в публичном общении. 3. Технологии антикризисного информационного общения. 4. Потенциал коммуникационного менеджмента в предупреждении и разрешении конфликтов. 5. Коммуникационное обеспечение превентивных антикризисных программ.

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену

1. Коммуникационный менеджмент: понятия и подходы.
2. Понятие "потоков информационного воздействия".
3. Функции коммуникационного менеджмента.
4. Принципы коммуникационного менеджмента.
5. Этические нормы коммуникационного менеджмента: общее и особенное.

6. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
7. Социальная детерминированность обеспечения управления информационными потоками.
8. Российская специфика коммуникационного менеджмента.
9. Объекты и субъекты коммуникации.
10. Этапы процесса коммуникационного менеджмента:
11. Барьеры и ошибки в коммуникациях.
12. Негативные тенденции в коммуникационном менеджменте.
13. Модель личностно-деловых качеств современного менеджера по обеспечению коммуникационных процессов.
14. Факторы конкурентоспособности персонала.
15. Основные теории мотивации персонала.
16. Объективные и субъективные факторы интеллектуализации менеджмента.
17. Культура управленческого общения как слагаемое эффективности деятельности персонала коммуникационного менеджмента.
18. Коммуникационный менеджмент государственного предприятия и бизнеса.
19. Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти.
20. Особенности коммуникационного менеджмента в муниципальном и местном самоуправлении.
21. Кризисная ситуация (кризис): понятия и подходы.
22. Типология кризисных ситуаций в публичном общении.
23. Технологии антикризисного информационного общения.
24. Потенциал коммуникационного менеджмента в предупреждении и разрешении конфликтов.
25. Коммуникационное обеспечение превентивных антикризисных программ.
26. Понятия "организационная культура", "корпоративная культура" и их характерные черты.
27. Типы организаций.
28. Функции организационной культуры.
29. Информационное и технологическое обеспечение деловых структур.
30. Коммуникационный менеджмент в формировании и поддержании организационной культуры.

### **7.1. Основная литература:**

Барышников Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.

<http://znanium.com/bookread.php?book=408974>

Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с.:

<http://znanium.com/bookread.php?book=350959>

Ореховская Н. А. PR в сфере социальной коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М, 2013. - 198 с.:

<http://znanium.com/bookread.php?book=448801>

Романова Ю. Д. Современные информационно-коммуникационные технологии для успеш. ведения бизнеса: Учеб. / Ю.Д.Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с.

<http://znanium.com/bookread.php?book=411654#none>

Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 488 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=414752>

## 7.2. Дополнительная литература:

1. Антипов К.В., Баженов Ю.К. "Паблик рилейшнз для коммерсантов: Учебно-практическое пособие. М.: Издательский дом "Дашков и К", 2000.
2. Арская Л.П. Японские секреты управления. - М., "Универсум", 1991.
3. Блэк С. "Паблик рилейшнз" - что это такое? Пер. с англ. М., "Мир", 1989.
4. Вахрушев В. Принципы японского управления. М., В надзагл. библиотеке технол. школы бизнеса, 1992.
5. Гаджиев К.С. О перспективах демократической государственности в России. //Политические исследования, 1994, N 3, с.106-117.
6. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. - 2-е издание, переработанное и дополненное. - М.: Издательство "Финпресс", 2000.
7. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. - М.: Издательство "Финпресс", 2000.
8. Гудименко Д.В. Политическая культура России: приемственность эпох. //Политические исследования 1994, N 2, С.156-164.
9. Екатиринославский Ю., Соломахин Д. Проблемы формирования менеджеров нового типа. // Проблемы теории и практики управления. 1993, N 2, с.54-60.
10. Загашвили В.С. Предисловие в кн. Мерсер Д. ИБМ: управление в самоуспевающей корпорации мира. М., "Прогресс", 1991, с. 1-25.
11. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR: 2-е издание, испр. - СПб.: СОЮЗ, 1997.
12. Иванченко Г.В. Реальность Паблик рилейшнз. - М.: Смысл, 1999.
13. Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломанидина Т.О. Организационное поведение: Учебник. - И.: ИНФРА-М, 2004.
14. Катлип Скотт и др. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: "ВИЛЬЯМС", 2000.
15. Клаус Эдвард. Персонал управления для 2000 года. // Проблема теории практики управления, 1992, N 4, с.22-26.
16. Коммуникационный менеджмент в мировой политике и бизнесе. М., 2007, под ред. Е.Н.Пашенцева.
17. Коммуникационный менеджмент: Учебное пособие / под ред. В.М.Шепеля. - М.: Гардарики, 2004.
18. Королько В.Г. Основы паблик рилешнз. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер", 2000.
19. Курицин АЛ., Рославцев В.Л., Сорокин А.В. Организация управления и подготовка персонала в японских компаниях. М., МНИИ Пр.УПР.
20. Менеджмент на пороге XXI века: Пер. с англ. - М., Экономика, 1991.
21. Мерсер Д. ИБМ: управление в самой преуспевающей корпорации мира: Пер. с англ. /Общ. ред. и пред. В.С. Загашвили. М., "Прогресс", 1991.
22. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М., "Дело", 1992.
23. Мирошниченко А.А. Public Relations в общественно - политической сфере. Провинциальная практика. М.: "Экспертное бюро", 1998.
24. Ньюсом Даг, и др. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. - 7-е изд. "Имидж-контакт", Инфра - М. 2001.
25. Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент. М.: Гардарики, 2005.
26. Политическое консультирование - М.: Центр политического консультирования "Никколо М", 1999.
27. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - 2-е издание, исправленное. - М.: Издательство "Рефл-бук", "Ваклер", 2000.
28. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер", 2000.
29. Почепцов Г.Г. Теории коммуникации. - М.: Центр, 1998.

30. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. Издание второе, испр. И доп.- М.: Центр 2003.
31. Пронников В.А., Ладанов И.Д. Управление персоналом в Японии. Очерки. - М., "Наука", 1989.
32. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: Учеб. пос. Пенза, ПГУ, 2001.
33. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М., 1998.
34. Серебрянников В.В. Социология войны. 1998.
35. Уткин Э.А., Баяндаев В.В., Баяндаева М.Л. Управление связями с общественностью. PR. - ТЕИС, 2001.
36. Худяков С. Внутрифирменные "Паблик рилейшнз" в системе управления персоналом. //Российский экономический журнал. 1993, N 11, С.58-64.
37. Цандер Эрнст. Прагматика управления. - Обнинск, "Титул", 1992.
38. Цветов В.Я. Пятнадцатый камень сада Реандзи. М., 1994.
39. Фрейзер П. Сайтел. Современные паблик рилейшнз. Пер с англ. 8-е издание. - М.: "ИмиджКонтакт"; Инфра-М, 2002.
40. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М.: "Социальные отношения", "Перспектива", 2002.
41. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования). - Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2000.

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

- Происхождение коммуникативный ресурс. -  
<http://kachine.narod.ru/CommTheory/1/WebComm1.htm>
- Процесс коммуникаций: понятия цели, элементы. -  
<http://kachine.narod.ru/CommTheory/1/WebComm1.htm>
- Семиотика и ее основные проблемы. - <http://lib.vvsu.ru/books/semiotika2/pagt0004.asp>
- Шарков Ф.И. Основы теории коммуникаций -  
[http://www.mabiu.ru/student/ump/osnovteor.htm#\\_ftn56](http://www.mabiu.ru/student/ump/osnovteor.htm#_ftn56)
- Элементы и этапы процесса коммуникации - <http://www.33333.ru/public/communication.php?st=1>
- Язык как знаковая система. - <http://www.langrus.ru/convent/view/29/>

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Коммуникационный менеджмент" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Мультимедийный класс, включающий в себя компьютер в комплекте, подключенный к сети интернет, проектор, проекционный экран.

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность проведения текущего контроля знаний учащихся посредством онлайн системы тестирования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.68 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе Геобрендинг .

Автор(ы):

Сидельникова Т.Т. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.