

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной деятельности КФУ  
проф. Таюрский Д.А.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **Программа дисциплины**

Коммуникационный менеджмент

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в системе управления

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) профессор, д.н. (профессор) Сидельникова Т.Т. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций),  
Tatiana.Sidelnikova@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции   |
|------------------|---|
| ПК-2             | Способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий в системе управления |

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

теории принятия решения о покупке товара, как на рациональном, так и иррациональном уровнях  
методы поиска инноваций в коммуникационном менеджменте  
теоретические основы оценки эффективности управления коммуникационным менеджментом

Должен уметь:

оперативно анализировать рыночную ситуацию  
исследовать эффективности инновационных процессов коммуникационным менеджментом

Должен владеть:

базовыми навыками разработки эффективности инновационных процессов коммуникационным менеджментом

разновидностями прямого и косвенного сбыта производственных и непроизводственных товаров

Должен демонстрировать способность и готовность:

-

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в системе управления)" и относится к вариативной части.  
Осваивается на 1 курсе в 1 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

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

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 90 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 1 семестре.

### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

| N  | Разделы дисциплины / модуля                  | Семестр | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                      |                     | Самостоятельная работа |
|----|--|---------|--|----------------------|---------------------|------------------------|
|    |  |         | Лекции   | Практические занятия | Лабораторные работы |                        |
| 1. | Тема 1. Основы коммуникационного менеджментв |         |  |                      |                     |                        |

управлении организацией

---

1

0

0

0

6

| N   | Разделы дисциплины / модуля  | Семестр | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                      |                     | Самостоятельная работа |
|-----|--|---------|--|----------------------|---------------------|------------------------|
|     |  |         | Лекции   | Практические занятия | Лабораторные работы |                        |
| 2.  | Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в стратегии управления организаций                    | 1       | 0  | 2                    | 0                   | 2                      |
| 3.  | Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента  | 1       | 0  | 0                    | 0                   | 6                      |
| 4.  | Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии                  | 1       | 0  | 2                    | 0                   | 6                      |
| 5.  | Тема 5. Формирование положительного общественного мнения об организации                              | 1       | 0  | 0                    | 0                   | 4                      |
| 6.  | Тема 6. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом                                    | 1       | 0  | 0                    | 0                   | 4                      |
| 7.  | Тема 7. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях      | 1       | 0  | 2                    | 0                   | 20                     |
| 8.  | Тема 8. Роль коммуникаций в управлении конфликтами   | 1       | 0  | 2                    | 0                   | 18                     |
| 9.  | Тема 9. Особенности коммуникаций в тактике поведения конфликтующих сторон                            | 1       | 0  | 4                    | 0                   | 6                      |
| 10. | Тема 10. Методы исследования в коммуникационном менеджменте  | 1       | 0  | 4                    | 0                   | 6                      |
| 11. | Тема 11. Коммуникационный менеджмент в социальных сетях  | 1       | 0  | 0                    | 0                   | 6                      |
| 12. | Тема 12. Стратегии коммуникационного менеджмента в современных информационно-коммуникационных средах | 1       | 0  | 2                    | 0                   | 6                      |
|     | Итого  |         | 0  | 18                   | 0                   | 90                     |

#### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

##### Тема 1. Основы коммуникационного менеджмента в управлении организацией

Определения коммуникации. Компоненты коммуникации в простейшей модели: источник, сообщение, канал, получатель. Компоненты коммуникации в модели Ю. Воронцова: источник информации, коммуникатор, сообщение, коммуникант, коммуникационный канал, экстралингвистический канал сообщения, источник механических помех, источник семантических помех, классовые и социальные фильтры, личностно-индивидуальные фильтры, семантические поля, поля коммуникационной обстановки, потери информации, обратная связь "коммуникант - коммуникатор", обратная связь "коммуникант - источник информации".

##### Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в стратегии управления организацией

Этапы коммуникации: замысел, сбор информации, анализ информации, подготовка сообщения, размножение информации, доставка получателю, знакомство получателя с сообщением, осмысление, использование. Понятие организации. Коммуникация - условие существования организации. Коммуникационные потребности организации: потребности в информации, общении, создании сообщений о позитивном характере организации, эффективной обратной связи. Внутренняя и внешняя среда организации

##### Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента

Коммуникационный менеджмент - деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и внешней средой. Компоненты управления коммуникацией: определение целей коммуникации и путей их достижения, планирование действий, организация выполнения планов, координация взаимодействия, контроль, корректировка коммуникации.

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

Способы управления внутренней коммуникацией: разработка и пропаганда философии организации, перевод корпоративных целей на язык, доступный работникам, формулирование и пропаганда стандартов поведения в организации и т.д. Лоббизм. Общественная деятельность. Пресс-конференции. Поддержание контактов со средствами массовой информации.

#### **Тема 5. Формирование положительного общественного мнения об организации**

Коммуникационное обеспечение контактов с потребительским рынком, рынком труда, финансовым рынком, структурами власти, инспекциями, партнерами, инвесторами. Разработка коммуникационных стратегий для различных целевых аудиторий. Проведение рекламных кампаний. Пресс-конференции. Поддержание контактов со средствами массовой информации.

#### **Тема 6. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом**

Эффекты коммуникации: увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования, повышение внутреннего и внешнего имиджа организации, улучшение отношений с партнерами и конкурентами и др. Затраты на коммуникацию. Денежные затраты на изучение аудиторий, поиски выделения из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп, мониторинг коммуникационных потребностей.

#### **Тема 7. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях**

Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти.

Коммуникационный менеджмент призван наладить коммуникативные связи между властными структурами на всех уровнях, а также между органами власти и широкой общественностью.

Коммуникационный менеджмент в органах государственной власти представляет собой особый механизм государственного и регионального управления, деятельность которого направлена на оптимизацию принятия и реализации государственных решений.

#### **Тема 8. Роль коммуникаций в управлении конфликтами**

В профессионально-ориентированных коммуникациях достаточно часто возникают ситуации, характеризующиеся предрасположенностью к возникновению конфликта, и поэтому необходимо уметь грамотно с ними работать. Многие ученые в своей научной деятельности уделяют значительное внимание вопросам конфликта. Существует масса различных точек зрения на содержание самого этого процесса, на причины, его вызывающие, и на методы борьбы с ним и противодействия ему.

#### **Тема 9. Особенности коммуникаций в тактике поведения конфликтующих сторон**

Существуют различные описания динамики конфликтов. Прежде всего рассмотрим самую распространенную. Согласно данному описанию, любой конфликт состоит из четырех фаз, или периодов:

инкубационного (скрытого);

открытого противоборства (в том числе и приобретающего публичный характер);

разрешение конфликта;

постконфликтного (после его разрешения или преодоления).

#### **Тема 10. Методы исследования в коммуникационном менеджменте**

SWOT-анализ - это: анализ альтернатив развития организации и выбор стратегии; анализ сообщений об организации в СМИ;

контент-анализ.

Для предварительного ознакомления с явлениями, которые предстоит исследовать для более точного формулирования проблемы, а также, по возможности, для построения гипотезы предназначены: поисковые; описательные; объяснительные коммуникологические исследования.

Исследования, предназначенные для того, чтобы дать точное представление о некоторых явлениях, что также позволяет лучше сформулировать проблемы и гипотезы - это: поисковые; описательные; объяснительные коммуникологические исследования.

Когда знаний о явлении достаточно, чтобы начать искать объяснение того, почему данное явление таково, каково оно есть, применяются: поисковые описательные, объяснительные коммуникологические исследования.

Метод сбора первичной социологической информации, основанный на визуальном и слуховом восприятии процессов и явлений и прямой их регистрации - это: контент-анализ, наблюдение, интервью

Метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления и измерения социальных фактов и тенденций, отраженных этими документами - это: контент-анализ; наблюдение; интервью.

#### **Тема 11. Коммуникационный менеджмент в социальных сетях**

Коммуникационный менеджмент в социальных сетях.

Структура современного коммуникационного пространства. Стратегии коммуникационного менеджмента в современных информационно-коммуникационных средах. Социальные сети как информационно-коммуникационное пространство, коммуникационный менеджмент в пространстве online: от web 2.0 к web 3.0. Исследование кейсов.

#### **Тема 12. Стратегии коммуникационного менеджмента в современных информационно-коммуникационных средах**

Внешние корпоративные коммуникации: организация упорядоченного делового взаимодействия с клиентами, поставщиками, партнерами, конкурентами. "Конкурентные" коммуникации. PR-коммуникации. GR-коммуникации. IR-коммуникации. Принципы управления корпоративными коммуникациями. Содержание стратегического и оперативного управления внешними коммуникациями.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

#### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

#### **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

### 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

(Официальный сайт Института социологии РАН - <http://www.isras.ru/>)

(Русский гуманитарный интернет-университет) - [www.soc.lib.ru](http://www.soc.lib.ru)

(Электронная библиотека Социологического факультета МГУ) - <http://lib.socio.msu.ru>

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

| Вид работ              | Методические рекомендации  |
|------------------------|--|
| практические занятия   | Практические занятия проходят по темам, определенным учебным планом. Легенды для конкретной работы предлагаются преподавателем. В каждом практическом занятии должны быть четко определены постановка задачи, используемый инструментарий, пути решения задачи, подробный ход решения задачи, выводы. Приветствуется обсуждение и возможные альтернативные варианты решения.   |
| самостоятельная работа | Самостоятельная работа включает в себя работу с лекционным материалом, подготовку к практическим занятиям, подготовку отчета, а также изучение нового материала по сети. Изучение нового материала по теме должно обязательно сопровождаться ознакомлением с новейшими достижениями, так как данная сфера относится к быстро развивающимся областям. Поэтому приветствуется включение в отчеты по занятиям а также вопросы во время лекций по новейшим достижениям по изучаемой теме, это может поощряться преподавателем дополнительными баллами. |
| экзамен                | Экзамен проводится в устной форме по билетам. Все вопросы и весь материал имеется в виртуальной аудитории. Время на ответ варьируется так, чтобы на один вопрос отводился от десяти минут. Окончательная оценка ставится как арифметическое среднее оценки всех попыток, но может изменяться преподавателем.   |

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

### 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

### 12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе "Реклама и связи с общественностью в системе управления".

Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.02 Коммуникационный менеджмент

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в системе управления

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

**Основная литература:**

1. Вартанова Е.Л., Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - Москва: Аспект Пресс, 2014. - 400 с. (Серия 'Учебник нового поколения'.) - ISBN 978-5-7567-0724-3 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html> (дата обращения: 03.03.2020). - Режим доступа : по подписке.
2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Реклама', 'Маркетинг', 'Психология', 'Социология', 'Журналистика' / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 03.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Медиа. Введение: учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям 'Связи с общественностью' (350400) и 'Реклама' (350700) / под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. - 2-е изд. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - (Серия 'Зарубежный учебник') - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522>

**Дополнительная литература:**

1. Кузин, С. Человек медийный: технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / Кузин С., Ильин О. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 258 с.: ISBN 978-5-9614-1448-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/926469> (дата обращения: 03.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
2. Менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 'Экономика и управление' / под ред. М.М. Максимцова, М.А. Комарова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 343 с. - ISBN 978-5-238-02247-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028774> (дата обращения: 03.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации : учебное пособие / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2008. - 212 с. - ISBN 978-5-7996-0395-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/370929> (дата обращения: 03.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.02 Коммуникационный менеджмент

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в системе управления

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows