

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Структурное подразделение «Рекламы и журналистики»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №6 от 05 февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА»

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой
электронной подписью
Составитель программы:
Другова Елена Сергеевна
Дата подписания: 10.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Утвердил: Вайрах Юлия
Викторовна
Дата подписания: 11.06.2025

Документ подписан простой
электронной подписью
Согласовал: Другова Елена
Сергеевна
Дата подписания: 10.06.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Технологии коммуникационного менеджмента» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ОПК ОС-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК ОС-1.4

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ОПК ОС-1.4	Способен создавать востребованные тексты в сфере рекламы и связей с общественностью для организации эффективной коммуникации в профессиональной среде	Знать функции, инструменты и методы управления организацией Уметь применять инструменты и методы управления, разрабатывать управленческую документацию (в том числе стандарты, нормы и правила, техническую документацию) с использованием современного программного обеспечения; Владеть навыками осуществления управленческих функций на уровне организации и/или структурного подразделения

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Технологии коммуникационного менеджмента» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Основы теории коммуникации», «Основы деловой коммуникации»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Антикризисный PR», «Имиджмейкинг», «Управление рекламной деятельностью»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	48	48
лекции	32	32

лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	16	16
Контактная работа, в том числе	0	0
в форме работы в электронной информационной образовательной среде	0	0
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	60	60
Трудоемкость промежуточной аттестации	0	0
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Зачет	Зачет

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 4

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)				
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Модели и этапы коммуникации	1	3			1	2			
2	Основы коммуникационн ого менеджмента в управлении организацией и бизнесом	2, 3	6			2	2	1	20	Доклад
3	Управление коммуникацией как функция организации	4	3							
4	Коммуникация в организации. Коммуникационн ый процесс.	5, 6, 7	8			3, 4	4			Творческо е задание
5	Организация и планирование корпоративной коммуникации.	8, 9	5			5	2	3	15	
6	Управление внутренней коммуникацией организации	10	2			6	2			Творческо е задание
7	Управление внешней коммуникацией					7, 8	4			Доклад
8	Коммуникации в деловом общении. Формирование положительного	11, 12	5					2	25	

	общественного мнения об организации									
	Промежуточная аттестация									Зачет
	Всего		32				16		60	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 4

№	Тема	Краткое содержание
1	Модели и этапы коммуникации	Определения коммуникации. Компоненты коммуникации в простейшей модели: источник, сообщение, канал, получатель. Компоненты коммуникации в модели Ю. Воронцова: источник информации, коммуникатор, сообщение, коммуникант, коммуникационный канал
2	Основы коммуникационного менеджмента в управлении организацией и бизнесом	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».
3	Управление коммуникацией как функция организации	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.
4	Коммуникация в организации. Коммуникационный процесс.	Этапы коммуникации: замысел, сбор информации, анализ информации, подготовка сообщения, размножение информации, доставка получателю, знакомство получателя с сообщением, осмысление, использование.
5	Организация и планирование корпоративной коммуникации.	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.
6	Управление внутренней коммуникацией организации	Цели управления внутренней коммуникацией – решение идеологических и организационных проблем организации. Задачи внутрикорпоративной коммуникации: формирование желательных мотивов труда, удовлетворение потребностей сотрудников в

		неформальном общении, создание духа команды. 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.
7	Управление внешней коммуникацией	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. Лоббизм. Общественная деятельность.
8	Коммуникации в деловом общении. Формирование положительного общественного мнения об организации	Коммуникационные проблемы организации: нарушение возможности получать и распространять информацию, неэффективность контактов. Выявление коммуникационных проблем Ведущие субъекты коммуникационного менеджмента: пресс-служба, служба по связям с общественностью, рекламные отделы. Ресурсы управления коммуникацией: творческий потенциал, знания и навыки, опыт менеджеров; коммуникационные технологии, приемы и методы коммуникации; денежные ресурсы.

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 4

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Организационная культура и глобализация	2
2	Информационные потоки в организациях.	2
3	Структура коммуникации в организации	2
4	Теории мотивации: классификация. Иерархия потребностей по Маслоу.	2
5	Каналы коммуникации в организациях (официальные/неофициальные, устные/письменные).	2
6	Интеграционные процессы.	2
7	Коммуникации в стратегическом и тактическом менеджменте и построении корпоративной культуры.	2
8	Критерии эффективности коммуникации.	2

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 4

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	20
2	Подготовка к зачёту	25
3	Подготовка к практическим занятиям	15

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссии, Деловые игры, кейс-технологии

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по практическим работам (Технологии коммуникационного менеджмента). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНТУ, 2021.

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по самостоятельным работам (Технологии коммуникационного менеджмента). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНТУ, 2021.

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 4 | Доклад

Описание процедуры.

Во время обучения в вузе студент должен выполнять различные виды работ, одной из них является доклад. Он является самым первым самостоятельным опытом исследования для студента. После доклада следуют рефераты, курсовые, дипломные и магистерские работы. Определение доклада Доклад представляет собой научно-исследовательскую работу, автор которой раскрывает суть исследуемой темы, рассматривает ее со всех точек зрения и высказывает собственный взгляд на проблему. Доклад бывает двух видов – устный и письменный. Однако не зависимо от его вида, в докладе должны сочетаться три качества исследователя – умение провести анализ и преподнести результаты исследования, а также ответить на поставленные вопросы.

Чтобы написать полноценный и качественный доклад студент должен придерживаться следующего плана работы: Прежде всего, необходимо подобрать и проанализировать источники по теме. Рекомендуются для работы использовать около 8-10 источников. Затем следует составить библиографию и приступить к обработке и систематизации материала, а также подготовке выводов и обобщений. Следующим этапом будет составление плана

доклада и его написания. Завершающий шаг – публичное выступление.

При подготовке докладов-презентаций – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по: - единой проблеме и одинаковым вопросам; - различным проблемам; - общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе. При анализе данных вопросов и при раскрытии их в эссе необходимо учитывать структуру эссе. Обозначить актуальность поставленной проблемы, ее значимость в настоящее время. Раскрыть основное содержание, приводя конкретные примеры российской и зарубежной рекламы. Сделать вывод.

Темы докладов:

- 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.
- 6 Понятия "организационная культура", "корпоративная культура" и их характерные черты.
- 7 Типы организаций.
- 8 Функции организационной культуры.
- 9 Информационное и технологическое обеспечение деловых структур.
- 10 Коммуникационный менеджмент в формировании и поддержании организационной культуры.

Критерии оценивания.

Система оценивания предназначена для комплексной проверки уровня овладения знаниями и умениями, продемонстрированными студентами в докладе. Ниже приведены критерии и балльная система оценки, соответствующие традиционной пятибалльной шкале.

Критерии оценивания:

Актуальность и научная ценность темы(0–10 баллов)Насколько правильно выбрана тема, насколько важна и интересна она в контексте дисциплины, представлена ли актуальность и научно-практическая значимость.

Логичность и структура изложения(0–10 баллов)Четкость структуры доклада, логичность повествования, наличие вступления, основного раздела и заключения.

Объем и глубина теоретического материала(0–10 баллов)Адекватность объема и количества представленных теоретических положений, фактов и законов, а также глубина раскрытия темы.

Использованная литература и источники(0–10 баллов)Количество и качество использованных источников, соответствие современным научным публикациям и материалам специализированной литературы.

Практическая значимость и прикладные аспекты(0–10 баллов)Наличие выводов и предложений, основанных на анализе реальных рекламных кампаний, полезность полученных результатов для будущей профессиональной деятельности.

Наглядность и оформление(0–10 баллов)Внешнее оформление доклада, наглядность

(таблицы, рисунки, схемы), грамотность изложения, адекватность выбранных визуальных средств.

Устное выступление и презентация(0–10 баллов) Умение выступать публично, владеть речью, удерживать внимание аудитории, использование презентационных средств.

Ответы на вопросы(0–10 баллов) Способность быстро и грамотно отвечать на вопросы, демонстрируя глубину знаний и готовность защищать свою позицию.

Суммарная оценка:

Общая сумма баллов по восьми критериям составляет максимум 80 баллов, где каждый критерий оценивается отдельно по 10-балльной шкале.

Затем суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.1.2 семестр 4 | Творческое задание

Описание процедуры.

Цель выполнения творческого задания состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления, подготовке студентов к самостоятельной научной деятельности, развитии и воспитании широко образованной, культурной, творческой, инициативной и предприимчивой личности. Выполнение творческих заданий позволяет студентам находить необычные решения для поставленных задач, структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать психологические феномены соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Важнейшим условием развития творчества студентов является совместная с преподавателем исследовательская деятельность. Она возможна лишь тогда, когда решается задача, ответ на которую не знает ни студент, ни преподаватель. В этих условиях задача превращается из учебной в научную или прикладную проблему, что побуждает к творческой деятельности. Особое значение приобретают мотивы самореализации, социальные мотивы, мотивы соревнования и др., для актуализации этих мотивов и формирования внутренней мотивации особое значение имеет личностная включённость преподавателя в совместную деятельность со студентом.

Пример задания:

1 Проанализируйте систему управления коммуникациями на Автовазе.

2 Ваши предложения по поводу оптимизации ситуации в системе управления коммуникациями.

Критерии оценивания.

- соответствие содержания творческой работы заявленной тематике
- актуальность конкурсной работы
- полнота и образность раскрытия темы
- глубина содержания и уровень раскрытия темы
- творческая индивидуальность

- оригинальность идеи, новаторство, творческий подход
- перспективность внедрения в практику
- выраженность гражданской позиции
- выразительность применяемых методов
- социальная значимость

суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ОПК ОС-1.4	Создает востребованные тексты в сфере рекламы и связей с общественностью для организации эффективной коммуникации в профессиональной среде.	Устный опрос и/или тестирование

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 4, Типовые оценочные средства для проведения зачета по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Перечень теоретических вопросов и заданий для подготовки к зачету выдается студентам за 1 месяц до промежуточной аттестации.

К зачету допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины (включая все практические работы).

Зачет проводится на последнем или предпоследнем занятии.

Если студент имеет за зачет оценку «неудовлетворительно», то положительная итоговая оценка по предмету не выставляется.

Оценка за зачет является определяющей для выставления итоговой оценки по предмету, но не окончательной.

Студентам, отсутствующим во время проведения зачета, итоговая оценка по предмету может быть выставлена по оценкам текущей успеваемости при условии, что он полностью выполнил учебную программу.

Студенты, отсутствующие во время проведения зачета или получившие оценку «неудовлетворительно», сдают зачет во внеурочное время.

К зачету по дисциплине допускаются студенты, полностью выполнившие учебную

программу дисциплины.

Вопросы к зачету

- 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

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Зачтено	Не зачтено
Знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Умеет логически верно и ясно строить устный и письменный ответ; умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач;	Не знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; не знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Не умеет логически верно и ясно строить устный и письменный ответ; Не умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач;
Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации; владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации в области рекламных материалов и технологий коммуникационного менеджмента.	не владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации; Не владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации в области рекламных материалов и технологий коммуникационного менеджмента.

--	--

7 Основная учебная литература

1. Виханский О. С. Менеджмент : учеб. для вузов по экон. специальностям и по направлению 521600 "Экономика" / О. С. Виханский, А. И. Наумов, 2008. - 669.
2. Управление персоналом организации : учеб. для вузов по специальностям "Менеджмент орг."... / А. Я. Кибанов [и др.]; под ред. А. Я. Кибанова, 2008. - 636.
3. Линчук. Психология менеджмента : хрестоматия. Ч. 1, 2007. - 199.
4. Фрейдина Е. В. Исследование систем управления : учебное пособие по специальности "Менеджмент организаций" / Е. В. Фрейдина, 2008. - 367.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Зверинцев Андрей Борисович. Коммуникационный менеджмент : рабочая кн. менеджера PR / А. Б. Зверинцев, 1997. - 286.
2. Пешков В. В. Коммуникационный менеджмент в системе инвестирования : монография / В. В. Пешков, К. А. Комаров, 2011. - 179.
3. Семенов А. К. Этика менеджмента : учеб. пособие / А. К. Семенов, 2007. - 269.
4. Райченко А. В. Административный менеджмент : учеб. пособие по программе MBA и др. программам подгот. управленч. кадров / А. В. Райченко, 2007. - 414.
5. Балдин К. В. Управленческие решения : учебник по специальности 061100 "Менеджмент орг." / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин, 2007. - 493.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Windows Seven Professional (Microsoft Windows Seven Starter) - Seven, Vista, XP_prof_64, XP_prof_32 - поставка 2010
2. Microsoft Office Standard 2010_RUS_ поставка 2010 от ООО "Азон"

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Мультиим.проектор ViewSonic PJ406D

2. ноутбук Samsung CEL M440 1.86/1024/120