

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 «Коммуникационный менеджмент»

Наименование образовательной программы: *Управление обучением, конкурентоспособностью, трудоустройством и профессиональной карьерой персонала*

Код и наименование направления подготовки: *38.04.03 «Управление персоналом»*

Форма обучения: *очная, заочная*

Планируемые результаты освоения дисциплины:

дает определения основных теоретических положений: информирование, целевые группы, общественное мнение, имидж; осуществляет аналитическую и практическую деятельности в сфере формирования общественного мнения и конструирования имиджа организации; осуществляет аналитическую и практическую деятельности в сфере управления коммуникативным процессом организации во внутренней и внешней среде.

Объем дисциплины: общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 4 ЗЕ (144 часа); по очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 50 часов, в т.ч. 16 лекций, 32 практик, 2 консультации, и на самостоятельную работу обучающихся – 58 часа, на контроль – 36 часа; по заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 14 часа, в т.ч. лекции 4, семинары 8, консультации 2, и на самостоятельную работу обучающихся – 121 часов, на контроль – 9 часов.

Структура дисциплины: *Тема 1. Коммуникационный менеджмент: содержание основных понятий, функции; Тема 2. Технологические субъекты управления коммуникациями; Тема 3.. Управление коммуникациями: содержание основных понятий; Тема 4. Общественное мнение как объект управления общественными отношениями; Тема 5. Корпоративный имидж: основные направления конструирования; Тема 6. Событийный менеджмент; Тема 7. Коммуникационные каналы: общее и особенное; Тема 8. Основные направления управления общественными отношениями.*

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Основная литература.

1. Горбатова Н. В. Организация работы отдела по связям с общественностью: учеб.пособие . - 112 с. СПб.: Изд-во СЗИ РАНХиГС – 2012.
2. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика PR. [Электронный ресурс] : Учебные пособия. - М. - 371 с. ФЛИНТА – 2014 – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/51789>.
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие. — 159 с. М.: Аспект Пресс – 2012 – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976>.