

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б3.В.ДВ.5 Коммуникационный менеджмент

Семестр: 6

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина « Коммуникационный менеджмент» относится к блоку дисциплин по выбору подготовки специалистов по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 основной образовательной программы направления *Менеджмент* профиль «Государственное и муниципальное управление». Дисциплина позволяет сформировать у студентов представления о современном состоянии и возможностях коммуникационного менеджмента.

Цель и задачи освоения дисциплины: «Коммуникационный менеджмент» является формирование у будущих специалистов системы устойчивых профессиональных знаний, умений в области коммуникационного менеджмента, формированию и развитию коммуникационных систем, концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

Задачи дисциплины:

- определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;
- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;
- поиск эффективных методов 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.

Содержание дисциплины:

Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика основных участников. Истоки коммуникационного менеджмента.

Коммуникационный менеджмент как система управления коммуникационным взаимодействием. Специфика коммуникационного менеджмента: создание единой системы коммуникаций, управление информационным обменом; интерактивность и использование обратной связи с целевыми аудиториями. Интегрированные коммуникации как важнейший механизм роста конкурентного преимущества.

Структура коммуникационного менеджмента. Функции коммуникационного менеджмента. Основные задачи коммуникационного менеджмента. Сферы прикладного применения механизмов и закономерностей коммуникационного менеджмента.

Деловая среда организации и интегрированные бизнес-коммуникации. Классификационная структура коммуникационной среды и субъекты ее связей.

Отношения с партнерами, клиентами, конкурентами, инвесторами, операторами рыночной инфраструктуры, консультантами и аналитиками, органами власти, профессиональными объединениями. Ключевые коэффициенты эффективности (КРЭ) - индикаторы коммуникационной эффективности менеджера.

Инвестиции и коммуникации. Отношения с инвесторами как существенный аспект корпоративного управления. Имиджевая составляющая инвестиционного проекта. Коммуникационное обеспечение инвестиционных программ.

Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров и их адаптации; повышении квалификации; продвижении по службе; увольнении сотрудников.

Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

Оценка эффективности управления персоналом.

Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезосреде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.

Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Специфика коммуникационного менеджмента в сфере государственного управления.

Общественные объединения и некоммерческие организации как объекты коммуникаций в системе внешних связей.

Состав социальных коммуникаций. Специфика социального партнерства и социальная ответственность его субъектов.

Коммуникационные риски. Управление коммуникационными рисками.

Репутация как ключевая составляющая имиджа современной организации. Значение репутации для публичных организаций и коммуникаций. Риски потери деловой репутации и управление ими.

Коммуникационный менеджмент лояльности клиентов и брендинга.

Коммуникации и управление конфликтами. Сущность конфликтной коммуникации. Классификации конфликтов. Функциональные и дисфункциональные конфликты в организации. Стадии развития конфликта. Методы управления конфликтом. Последствия конфликтов и репутация организации.

Публичные коммуникации: модели, стратегии, технологии.

Письменные коммуникации как способ поддержания и развития связей с внешней средой. Выбор средства передачи сообщения. Текст и индивидуаль-

ные знаки отличия: реквизиты, бланк, печать, визы, аутентичная подпись. Документ как инструмент делового и личного общения. Служебная переписка.

Коммуникационные стандарты и корпоративная культура. Отношения между субъектами внутренней коммуникации и проблема выбора документа, средств и канала передачи документированной информации.

Коммуникации руководителя в организационной структуре управления. Управленческое общение. Управленческие решения и их коммуникационное обеспечение. Стилль и эффективность управленческих коммуникаций. Коммуникационная этика менеджера. Служебная неэтичность и ее коммуникационные последствия.

Коммуникации в области трудовых отношений (Human Relations). Logistics Relations как эффективная система коммуникации, координации и гармонизации интересов субъектов управления.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

ПК-16: способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (*знать* суть и особенности коммуникационного менеджмента, сферу его применения, характеристики основных участников; задачи коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров и их адаптации; *уметь* устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, государственными и общественными структурами; устанавливать связи с людьми организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации; *владеть* навыками методов научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, осуществления их качественного и количественного анализа, определения постановки цели, сбора, анализа и обработки управленческой информации.)

ПК-33: овладение средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (*знать* особенности работы с персоналом, клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью, во взаимоотношениях с органами государственного и муниципального управления; задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры; *уметь* применять на практике выводы, приемы и методы основных теорий и концепций в области коммуникационного менеджмента; *владеть* навыками приемов мотивации участников проекта, продвижения их по службе, увольнения сотрудников.)

Образовательные технологии:

В преподавании дисциплины «Коммуникационный менеджмент» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях.

Лабораторные занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение до-

полнительных знаний, умений и практических навыков осуществления аналитической и профессиональной деятельности с применением интерактивных форм обучения (моделирования деловых ситуаций, подготовка презентаций, компьютерная обработка анкет и др.).

Составитель: Е.А. Гусева, кафедра экономики