

Белорусский государственный университет



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КОММУНИКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
высшего образования второй ступени (магистратуры)
1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

2016 г.

Учебная программа составлена на основе:

образовательного стандарта «Высшее образование. Вторая ступень (магистратура). Специальность 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент», утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 24.08.2012 г., № 108 (ОСВО 1.23 81 03-2012);

учебного плана по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

26.05.2016 г. регистрационный № Е 23-209/уч.;

(дата утверждения)

учебного плана по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

26.05.2016 г. регистрационный № Е 23з-210/уч.

(дата утверждения)

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.В. Дерман – старший преподаватель кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.Б. Еворовский, ведущий научный сотрудник Института философии Национальной академии наук Беларуси, кандидат философских наук, доцент;

О.А. Павловская, ведущий научный сотрудник Института философии Национальной академии наук Беларуси, кандидат философских наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета

(протокол № 13 от 23.05.2016 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета (протокол № 6 от 31.05.2016 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Теория и практика коммуникативного менеджмента» является частью государственного компонента цикла дисциплин специальной подготовки и предназначена для реализации на второй ступени высшего образования.

Учебная дисциплина «Теория и практика коммуникативного менеджмента» представляет собой теорию и практику управления социальными коммуникациями как внутри организации, так и между организацией и ее средой, с целью проведения оптимально благоприятных для организации коммуникационных процессов, формирования и поддержания имиджа и общественного мнения, достижения согласия, сотрудничества и признания.

Коммуникативный менеджмент как инструмент и практика социального взаимодействия получил свое развитие, главным образом, в 1990-е годы, что связано с происходящими в мире глобальными социально-экономическими изменениями, интенсификацией жизни, информатизацией общества и глобализацией. Как управленческая дисциплина коммуникативный менеджмент сформировался в процессе развития публичных отношений (public relations). Классические публичные отношения ориентированы на информирование внутренней и внешней среды организации, коммуникативный менеджмент направлен на взаимодействие, на включение этой среды в коммуникационные процессы, непосредственно на управление коммуникациями.

Коммуникативный менеджмент включает в себя изучение теоретических основ управления коммуникациями; коммуникативный менеджмент в PR-деятельности; корпоративную идентичность; организационные основы управления коммуникациями и коммуникационную политику организации; персонал коммуникационного менеджмента; технико-технологические носители информации; рассмотрение актуальных проблем коммуникаций; экономику коммуникационного менеджмента; коммуникативный менеджмент в международной деятельности.

Появление и развитие коммуникационного менеджмента вызвано растущей потребностью регулирования взаимодействия сотрудников, уменьшением дистанции между организацией и ее целевыми группами, ростом социальной и экономической значимости корпоративной идентичности и организационной культуры. Анализу данных проблем и попытке их решения посвящена учебная дисциплина «Теория и практика коммуникативного менеджмента». Она предназначена для реализации на второй ступени высшего образования и входит в цикл дисциплин специальной подготовки (государственный компонент) по специальности 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент.

Данная учебная программа дисциплины «Теория и практика коммуникативного менеджмента» разработана в соответствии с образовательным стандартом и учебными планами по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент.

Цель учебной дисциплины – раскрытие зарекомендовавших себя в зарубежной и отечественной практике технологий, методов, принципов, средств и процедур, позволяющих оказывать регулирующее воздействие на коммуникацию, управлять ею, объединенных общим названием - коммуникативный менеджмент.

Задачи учебной дисциплины:

- рассмотреть основное предназначение коммуникационного менеджмента – влияние на информационное воздействие людей, их групп и формирований;
- проанализировать мировую практику управления коммуникационными процессами, в которой накоплен значительный арсенал приемов, принципов, методов, средств и форм управления информацией;
- определить закономерности и принципы создания информации, ее преобразования, накопления, передачи и использования в различных областях человеческой деятельности.

Учебная дисциплина «Теория и практика коммуникативного менеджмента» читается во втором семестре и имеет непосредственную тематическую и предметную связь с дисциплинами «Современные коммуникативные технологии» и «Групповая и межличностная коммуникация в организациях».

В результате изучения дисциплины магистр должен:

знать:

- структуру коммуникации в организации;
- функции коммуникации в организации;
- принципы продвижения организации;
- этнопсихологическую специфику функционирования мультикультурных организаций;

уметь:

- формировать коммуникативные потоки;
- разрабатывать и уточнять принципы формирования корпоративной культуры;
- разрабатывать структуру мотивации;
- проводить мониторинг коммуникативного климата организации;
- управлять коммуникацией в мультикультурной организации.

владеть:

- основными приёмами и методами решения проблем организации;
 - динамикой управления;
 - процессами менеджмента;
 - методами исследования микро- и макросреды организации
- Формы получения высшего образования: очная и заочная.

На изучение учебной дисциплины «Теория и практика коммуникативного менеджмента» *по очной форме* обучения учебным планом отводится 116 учебных часов, из них 40 часов – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает 20 часов лекционных и 20 часов семинарских занятий. *По заочной форме* обучения учебным планом отводится 116 учебных часов, из них 12 часов – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает 6 часов лекционных и 6 часов семинарских занятий.

Рекомендуемая форма отчетности по очной и заочной формам обучения: **экзамен** во втором семестре.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Роль коммуникационного менеджмента в управлении

Определения коммуникации. Компоненты коммуникации в простейшей модели. Этапы коммуникации: замысел, сбор информации, анализ информации, подготовка сообщения, размножение информации, доставка получателю, знакомство получателя с сообщением, осмысление, использование. Какова специфика коммуникационного менеджмента как современной науки? В чем состоит гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента? Какова прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента?

Тема 2. Теоретические основы управления коммуникациями

Коммуникативный менеджмент — деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри, так и вне организации. Коммуникационные проблемы организации их выявление. Сущность управления, соотношение управления и руководства. Элементы структуры управления, характеристики типологии управления. Предмет, объект и субъект коммуникационного менеджмента. Содержание коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационного менеджмента, особенности целевых групп коммуникационного менеджмента.

Тема 3. Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR

Особенности зарождение PR в США. Характеристика основных периодов развития PR-деятельности. Основные понятия паблик рилейшнз. Особенности трансформации паблик рилейшнз, соотношение понятий «корпоративные коммуникации» и «паблик рилейшнз»?

Тема 4. Теории коммуникаций

Понятие коммуникации, специфика коммуникации в организации, специфика коммуникативных аспектов. Цели и функции коммуникаций. Характеристика различных видов коммуникаций в организации, особенности межличностных коммуникаций. Формы коммуникаций в организации, элементы и этапы коммуникационного процесса. Специфика коммуникационного взаимодействия. Особенности барьеров коммуникаций в организации.

Тема 5. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга

Маркетинговые коммуникации, каким образом осуществляются маркетинговые коммуникации? Факторы эффективности маркетинговых коммуникаций, средства маркетинговых коммуникаций. Стратегия маркетинговых коммуникаций, комплексная система маркетинговых коммуникаций.

Тема 6. Коммуникативный менеджмент в PR-деятельности

Виды публичного общения, средства публичной коммуникации, представляют собой методы коммуникативного воздействия. Принципы планирования PR-деятельности, этапы планирования PR-кампании. Контроль PR-акции.

Тема 7. Корпоративная идентичность

Понятие корпоративной идентичности. Сущность и субъекты корпоративной идентичности. Как формируется корпоративная идентичность? Каким образом формируются знания о компании? Что такое имидж? Каковы виды имиджа? Каковы законы формирования имиджа? Что включают в себя функционал и структура имиджа? Каковы составляющие имиджа руководителя? Чем характеризуются корпоративный дизайн и фирменный стиль?

Тема 8. Организационные основы управления коммуникациями

Каким образом формируются внутренние коммуникационные системы организации? Направления коммуникаций в организации, особенности внешней системы коммуникаций организации. Методы развития коммуникационных систем организации. Техничко-технологические средства корпоративных коммуникаций. Чем характеризуются кризисные коммуникации?

Тема 9. Коммуникационная политика организации

Содержание плана технологии планирования, организации и проведения коммуникационной политики организации. Особенности различных вариантов институциональных основ управления коммуникациями.

Тема 10. Персонал коммуникационного менеджмента. Профессиональные требования к персоналу

Особенности профпригодности и профкомпетентности специалиста в области коммуникационного менеджмента. Модель личностно-деловых качеств современного коммуникационного менеджера. Характеристика человековедческая подготовленность в области коммуникационного менеджмента.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	
1	2	3	4	5
1	Роль коммуникационного менеджмента в управлении	2	2	Круглый стол
2	Теоретические основы управления коммуникациями	2	2	Презентации
3	Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR	2	2	Коллоквиум
4	Теории коммуникаций	2	2	Контрольная работа
5	Комплекс коммуникаций в системе маркетинга	2	2	Круглый стол
6	Коммуникативный менеджмент в PR-деятельности	2	2	Коллоквиум
7	Корпоративная идентичность	2	2	Презентации
8	Организационные основы управления коммуникациями	2	2	Контрольная работа
9	Коммуникационная политика организации	2	2	Круглый стол
10	Персонал коммуникационного менеджмента. Профессиональные требования к персоналу	2	2	Круглый стол
	ИТОГО	20	20	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	
1	2	3	4	5
1	Роль коммуникационного менеджмента в управлении	2		
2	Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR	2		
3	Коммуникативный менеджмент в PR-деятельности	2	2	Круглый стол
4	Организационные основы управления коммуникациями		2	Контрольная работа
5	Персонал коммуникационного менеджмента. Профессиональные требования к персоналу		2	Коллоквиум
	ИТОГО	6	6	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА ОСНОВНАЯ

1. Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.
2. Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.
3. Орлова Т.М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. М., 2002.
4. Савруцкая Е.П., Кузнецова Е.И., Суханов А.И. Коммуникативный менеджмент: Учебное пособие. Н.Новгород, 2002. Ч.1.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. М, 2002.
2. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. М., 2002.
3. Баринов В.А. Антикризисное управление. М., 2002.
4. Баркоро Кабреро Х.Д. Связи с общественностью в мире финансов. Ключ к
11
5. успеху. М., 1997.
6. Василенко А.Б. Пиар крупных российских корпораций. М., 2001.
7. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз теория и практика: учебное пособие. М., 2000.
9. Коротков Э.М. Антикризисное управление, М: 2001
10. Ньюсом Д., Терк Дж.В.С., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. М., 2001.
11. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. М., 2002.
12. Родионов Н. Антикризисный менеджмент. М, 2001.
13. Шарков Ф.И., Ткачев А.И. Брендинг и культура организации. М., 2003.
14. Стровский Д.Л. Паблик рилейшнз в конфликтах и экстремальных ситуациях: учебное пособие по курсу организации техники внешне-экономической деятельности. Екатеринбург, 1996.
15. Crisis Management (Краткий курс)// Советник. 1998. № 8-12. 1999. № 1-3.
16. Ле Пла Ф.Дж., Паркер Л.М. Интегрированный брендинг. СПб., 2003.
17. Кляйн Н. No Logo. М., 2003.
18. Мельник Т. С. Mass – media: Психологические процессы и эффекты. СПб, 1996.
19. Монро П. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. М., 2000.
20. Олейник И., Лапшов А. Плюс/Минус. Репутация. Российский опыт репутационного менеджмента. М., 2003.
21. Сергеечева В. Практикум манипулятора. Выбор мишени. СПб., 2002.

22. Почепцов Г.Г. Спиндоктор. М., 1999.
23. Панарин И. Н. Информационная война и Россия. М., 2000.
24. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. М., 2000.
25. Панасюк А. Ю. Как убеждать в своей правоте. М., 2002.
26. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование: битва за узнаваемость. М., 2003.
27. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М. СПб., 2001.
28. Чумиков А.Н. Управление конфликтами. М. 1998.
29. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. М., 2000.
30. Щербатых Ю. В. Искусство избежать обмана. М., 2003.
31. Коммуникации в кризисных ситуациях
<http://www.pressclub.host.ru/communications.html>
32. Abramovitch, I., 'Crisis control' Success, 1993, № 1.
33. Ashley, W.C., Morrison J.L., Anticipatory Management, Issue Action Publications Inc., Leesburg, Virginia, 1995.
34. Barneby, Mary R., 'Crisis communications: Six steps in panic prevention' Pension Management, 1995, № 3.
35. Barton, L., 'A Case Study in Crisis Management: The Perrier Recall', Industrial Management & Data Systems, 1991, № 7.
36. Goldberg B. Bias : A CBS Insider Exposes How the Media Distort the News, Harperperennial Library, 2003.
37. Solomon N., Cohen J. Wizards of Media Oz: Behind the Curtain of Mainstream News, Common Courage Press, 1997.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ МАГИСТРАНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа магистрантов организуется в соответствии с Положением о самостоятельной работе студентов, разрабатываемым БГУ.

Самостоятельная работа планируется в рамках учебных часов, отведенных на изучение дисциплины. Цель самостоятельной работы магистрантов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины и формирование самостоятельности как личностной черты и важного профессионального качества, сущность которых состоит в умении систематизации, планирования и контроля собственной деятельности. Задача самостоятельной работы магистрантов – усвоение определенных стандартов знаний, умений и навыков по учебной дисциплине, закрепление и систематизация полученных знаний, их применение при выполнении практических заданий и творческих работ, а также выявление пробелов в системе знаний по предмету. Самостоятельная работа магистрантов предусматривает ознакомление с научной, учебной, методической литературой, написание эссе, подготовку учебных докладов, презентаций.

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики профессиональных компетенций магистрантов в рамках промежуточного контроля в ходе изучения учебной дисциплины рекомендуется использовать:

- тесты по отдельным разделам учебной дисциплины;
- эссе;
- участие в групповой работе на семинарских занятиях и круглых столах;
- подготовку индивидуальных и групповых презентаций выступления студентов на семинарах по разработанным ими темам.

Рекомендуемая форма итогового контроля по дисциплине – зачет, который может быть проведен как в устной, так и в письменной форме. К нему допускаются магистранты, выполнившие и представившие задания, предусмотренные на практических занятиях, и при этом имеющие положительные оценки за письменные работы (тест, эссе, контрольная работа).

ТЕМАТИКА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. Социальные коммуникации

1. Обыденное и научное понимание коммуникации.
2. Коммуникационные проблемы личности и социума.
3. Проблемы и противоречия социальной коммуникации в современном обществе.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

2. Коммуникационная политика организаций

1. Сущность коммуникационной политики и основные принципы ее осуществления.
2. Коммуникативное пространство.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

3. Коммуникационные каналы в деловом общении

1. Устная коммуникация. Функции естественного языка и речи. Коммуникационные барьеры.

2. Документные коммуникации. Функции документов.
Коммуникационные барьеры.

3. Электронная коммуникация. Функции электронной коммуникации.
Коммуникационные барьеры.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

4. PR и коммуникативный менеджмент

1. Связи с общественностью и коммуникативный менеджмент.
2. Отличие PR от пропаганды и агитации.
3. Приемы и методы работы в связях с общественностью.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

5. Деловая коммуникационная деятельность и общение

1. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности.
2. Сотрудничество и конфликты в деловой коммуникации.
3. Деловое общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

6. Коммуникативный менеджмент в сфере политической и социальной жизни

1. Общий замысел кампании. Сбор информации. Источники информации. Адресная аудитория.
2. Постановка целей и стратегическое планирование кампании. Тактическое планирование и контроль.
3. Формирование имиджа кандидата.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

7. Межличностные коммуникации в организации

1. Особенности межличностных коммуникаций.
2. Трудности в осуществлении межличностных коммуникаций.
3. Пути совершенствования межличностных коммуникаций.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

8. Неэкономические способы мотивации в коммуникационном менеджменте

1. Способы создания инновационной открытости коммуникативных сетей.
2. Методы формирования солидарности и командного духа работников организации.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

9. Руководитель предприятия в системе коммуникационного менеджмента

1. Коммуникационные аспекты управленческой деятельности.
2. Коммуникационные взаимодействия руководителя с подчиненными и менеджерами по персоналу.
3. Коммуникационные аспекты стратегии руководства организации.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004.

10. Персонал коммуникационного менеджмента. Профессиональные требования к персоналу

1. Особенности профпригодности и профкомпетентности специалиста в области коммуникационного менеджмента.
2. Характеристика человековедческая подготовленность в области коммуникационного менеджмента.

Литература:

Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. СПб., 1996.

Коммуникативный менеджмент. Учебное пособие. Под ред. В.М. Шепеля. М., 2004/

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
Современные коммуникативные технологии	Кафедра социальной коммуникации	Нет	Согласование не требуется, протокол №13 от 23.05.2016г.
Групповая и межличностная коммуникация в организациях		Нет	Согласование не требуется, протокол №13 от 23.05.2016г.

* При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО на 2017 / 2018 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
д. филос. н., профессор _____ Я.С. Яскевич
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета философии и социальных наук
к. ист. н., доцент _____ В.Ф. Гигин
(подпись)