

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.4.2 «Коммуникационный менеджмент»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: к.пс.н., доцент Быкова А.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 «Менеджмент», профиль «Здравоохранение и государственно-частное партнерство»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: заочная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенцию в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1)

План курса:

Тема 1. Коммуникационный менеджмент и корпоративные коммуникации

- 1.1. Коммуникационный менеджмент. Теоретические положения и базовые характеристики
- 1.2. Коммуникационный менеджмент и эволюция корпоративных коммуникаций
- 1.3. Взаимоотношение бизнеса и общества

Тема 2. Коммуникационный менеджмент и корпоративная идентичность

- 2.1. Понятие корпоративной идентичности
- 2.2. Корпоративная философия и корпоративное поведение в структуре коммуникационного менеджмента

Тема 3. Содержание и направления коммуникационного менеджмента

- 3.1. Направления коммуникационного менеджмента
- 3.2. Масс-медиа коммуникации
- 3.3. Этика коммуникационного менеджмента

Тема 4. Специальные вопросы и актуальные проблемы коммуникационного менеджмента

- 4.1. Имидж и репутация в системе коммуникационного менеджмента
- 4.2. Менеджмент кризисных коммуникаций
- 4.3. Коммуникационный менеджмент в многонациональной и мультикультурной среде

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: тестирование, контрольная работа, диспут, эссе.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплине: зачет в устной форме.

Этапы освоения компетенции ПК-1.2, отражает формирование:

на уровне знаний:

теории коммуникации и особенности управления информационными потоками
проблемы коммуникации

основы экономики коммуникационного менеджмента

основы корпоративной идентичности

на уровне умений:

объяснить суть коммуникационного менеджмента и сферы его применения
определять ресурсы коммуникационного менеджмента
определять особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности
разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства
определять коммуникационную структуру организации

на уровне навыков:

применение механизмов коммуникативного, когнитивного и семиотического воздействия на субъектов коммуникации
владение базисной терминологией коммуникационного менеджмента
владение основными методами формирования и поддержания корпоративной культуры
владение приемами создания корпоративных коммуникаций, средствами корпоративных коммуникаций

Основная литература:

1. Гуськова С.В. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие. — Электрон. дан. М.: ФЛИНТА, 2013
http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=44190.
2. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные М.: Дашков и К 2014, <http://www.iprbookshop.ru/4438>.