

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.16 «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Кафедра экономики и управления на предприятии

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с историей становления и развития коммуникационного менеджмента за рубежом и в России;
- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;
- рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций;
- поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов;
- разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.16.

Требования к результатам освоения дисциплины.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- законодательные и нормативные акты в сфере рекламы и связей с общественностью;
- основные понятия, сущность и модели коммуникаций;
- принципы управления персоналом организации; особенности работы в малочисленных коллективах;
- состав и особенности построения коммуникационной инфраструктуры организации

Уметь:

- выбирать оптимальные формы организации бизнеса;
- определять способы деловой коммуникации с учетом особенностей различных культур;
- осуществлять функции руководителя, организатора, а также инициатора новых идей;
- анализировать технологии коммуникационного обеспечения и применять средства корпоративных коммуникаций

Владеть:

- навыками составления договоров и деловой документации
- умением межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере;
- приемами формирования эффективных внутренних коммуникаций, создания благоприятного психологического климата в коллективе;
- навыками и способностями построения корпоративной культуры в организациях различных сфер экономики.

4. Общий объем дисциплины: 6 з. е. (216 часов).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: экзамен в устной форме.