

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.02.02 Управление коммуникациями

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

08.03.01 Строительство

Направленность (профиль)

08.03.01.36 Организация инвестиционно-строительной деятельности

Форма обучения

очная

Год набора

2022

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

к.э.н., Доцент, Серватинский Вячеслав Вячеславович

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

«Управление коммуникациями» быстро развивающаяся научная дисциплина, предметом которой является управленческая функция коммуникаций между организацией и общественностью в публичном пространстве современного социума. Данная дисциплина предназначена для того, чтобы сформировать у будущих руководителей и служащих теоретические представления о сущности публичной коммуникации, ее основных элементах и процессах, общественном мнении как базовом структурном элементе связей организации и общественности, качественных характеристиках и механизмах функционирования современных средств массовой коммуникации. Кроме того, целью этой дисциплины является формирование практических навыков применения принципов связей с общественностью в структуре управления хозяйствующих субъектов разных форм собственности.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- сформировать представления об управлении коммуникациями как самостоятельной коммуникативной системе, которая играет важнейшую роль в воспроизводстве и функционировании современных общественных систем;
- ознакомить слушателей с основными процессами управления коммуникациями на различных системных уровнях современного социума;
- дать комплексное представление о сущности и функциях современных средств массовой коммуникации и их использовании в коммуникативных технологиях связей с общественностью.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-1: Способен организовать и руководить работами по обеспечению строительного производства на объекте профессиональной деятельности	
ПК-1.3: Организует управление работниками на объекте профессиональной деятельности	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,06 (38)	
занятия лекционного типа	0,33 (12)	
практические занятия	0,72 (26)	
Самостоятельная работа обучающихся:	0,94 (34)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1.									
	1. Управление коммуникациями(публик рилейшнз): понятие, история становления, основные модели.	2							
	2. Трактовки ПР: основные подходы			2					
	3. Основные этапы эволюции института управления коммуникациями. Четыре исторических модели Дж. Грюнинга			2					
	4. Общественность и общественное мнение в сфере управления коммуникациями.	2							
	5. Понятие общественности. Философия прагматизма и ситуативный			2					
	6. Приоритизация групп общественности и определение общественного мнения в ПР-теории.			2					
	7. Коммуникация, массовая коммуникация и СМИ в системе управления коммуникациями.	2							

8. Модели коммуникации - модель Шеннона-Уивера. Модель Якобсона Модель У. Шрамма Элементы коммуникации			2					
9. Структурно-функциональный подход: двухступенчатый поток коммуникации и ее эффекты. Социология массовой коммуникации Маршалла Маклюэна			2					
10. Четыре основных этапа управления коммуникациями(формула RACE).	2							
11. Первый этап (Research): определение проблемы и постановка задачи Второй этап (Action): планирование и программирование			2					
12. Третий этап (Communication): действие и коммуникация Четвертый этап (Evaluation): оценка			2					
13. Имидж в системе управления коммуникациями. Методы и инструменты.	2							
14. Теоретический базис: социальный стереотип как предпосылка имиджа Имидж: функции понятие и общая характеристика			2					
15. Коррекция имиджа Этапы создания и продвижения имиджа			2					
16. Управление коммуникациями в условиях кризиса.	2							
17. Типология кризисов Предотвращение кризисов посредством управления проблемами			2					

18. Управление в условиях кризиса Факторы успеха антикризисной коммуникации			2					
19. Причины распространения слухов в условиях кризиса и способы борьбы с ними. Завершение кризиса			2					
Всего	12		26					

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов по специальности "Связи с общественностью"(Москва: Дело).
2. Шарков Ф. И., Родионов А. А. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний: учебное пособие (Москва: Академический проект).
3. Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н., Резник С. Д. Связи с общественностью: учебное пособие по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг"(Москва: Академический проект).
4. Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н. Связи с общественностью: учеб. пособие(Москва: Академический Проект).
5. Вертакова Ю. В., Согачева О. В. Связи с общественностью: учебное пособие для студентов вузов по направлению "Государственное и муниципальное управление"(Старый Оскол: ТНТ).
6. Тимофеев М. И. Связи с общественностью (публик рилейшнз): Учебное пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
7. Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие(Москва: Вузовский учебник).
8. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
9. Матушкина В. В. Управление коммуникациями. Модерация: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы магистров (Красноярск: СФУ).
10. Федоренко Е. Ю., Матушкина В. В. Управление коммуникациями: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы(Красноярск: СФУ).
11. Варакута С. А. Связи с общественностью: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
12. Варакута С. А. Связи с общественностью: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
13. Марков А. А. Связи с общественностью в госучреждениях: Электронное учебное пособие: учебное пособие(Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ).
14. Коноваленко М., Коноваленко В., Швед Н. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Учебник для бакалавров (Б. м.: б. и.).
15. Варакута С. А., Егоров Ю. Н. Связи с общественностью: учебное пособие(Москва: ИНФРА-М).
16. Веснин В. Р. Управление персоналом в схемах: учебное пособие (Москва: Проспект).
17. Харрисон Ш., Алпатов Г. Е. Связи с общественностью: вводный курс (Санкт-Петербург: Издательский Дом "Нева").
18. Данилина В. В., Луканина М. В., Минаева Л. В., Салиева Л. К. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика: учебное

- пособие для вузов по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью"(Москва: Аспект Пресс).
19. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для студ. вузов по напр. (спец.) "Реклама и связи с общественностью"(Москва: ИНФРА-М).
 20. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учеб.пособие для студ. вузов по напр. подгот. (спец.) "Реклама и связи с общественностью"(Москва: Аспект-Пресс).
 21. Бабочиева М. Л., Белянина Н. Н., Быстрянец С. Б., Ачкасова В. А., Володина Л. В. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебное пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью"(Санкт-Петербург: Речь).
 22. Пашенцев Е. Н. Связи с общественностью : мировая практика и современная Россия: монография(Москва: ИТРК РСПП).
 23. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии: учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью"(Москва: Аспект Пресс).
 24. Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике: Монография (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
 25. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
 26. Минаева Л. В. Связи с общественностью: теория и практика(Москва: Аспект Пресс).
 27. Минаева Л. В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика: учеб.(Москва: Аспект Пресс).
 28. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
 29. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие(Москва: Вузовский учебник).
 30. Маслова И. Н. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта. Терминологический словарь: самоучитель(Воронеж: ВГИФК).
 31. Шабалина Ю. В. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений(Казань: Поволжская ГАФКСиТ).
 32. Вебер К. А., Львов Д. В., Новиков А. С., Павлов А. П., Павлов П. А., Петерсон И. Р., Синьковская И. Г., Стариков П. А., Труфанов Д. О., Феньвеш Т. А. Реклама и связи с общественностью: учебно-методическое пособие(Красноярск: СФУ).
 33. Учебно-методическое пособие для студентов гуманитарного факультета по специальности «Реклама и связи с общественностью» - Public Relations. Специализация: «Реклама и связи с общественностью в

отрасли (транспорт) (РЕК)»: Ч. 2. Учебно-методическое пособие для студентов гуманитарного факультета по специальности «Реклама и связи с общественностью» - Public Relations. Специализация: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт) (РЕК)». Часть II (Санкт-Петербург: СПбГУ ГА).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Яндекс
2. Гугл

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» <http://www.sovetnik.ru>
2. Сайт PR-агенства «Международный пресс-клуб» <http://pressclub.host.ru>
3. Сайт информационно-аналитической газеты PR-news <http://www.pr-news.spb.ru>
4. Виртуальный ресурсный центр для некоммерческих организаций <http://trainet.Org>.

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавателя дисциплины, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютер, звуковые колонки, интерактивная доска).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.