

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРАКТИКИ В КОММУНИКАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Б1.В.ДВ1.1

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте» является формирование у обучающихся комплексного представления о понятийном аппарате в области управления коммуникации и инновации, истории коммуникации; ознакомление обучающихся со спецификой коммуникации в современном обществе, выработка у студентов целостное представление о природе и содержании коммуникационных и инновационных процессов, о месте и значении коммуникаций в современных глобальных социально-экономических процессах, влиянии инноваций на развитие компании, их продукции и общества в целом. Изучение теоретических, практических и психологических основ коммуникационного взаимодействия.

Задачами дисциплины являются:

- определение роли коммуникационного менеджмента в социуме и управления инновациями;
- ознакомление с теоретическими основами управления коммуникациями, планирования и управления коммуникативными процессами и инновациями;
- разработку коммуникационных стратегий, контроль, оценку эффективности коммуникаций;
- освоение инновационных практик управления в современных коммуникациях;
- изучение комплекса коммуникаций в системе маркетинга, актуальных проблем коммуникаций, методов анализа публичных релейшнз;
- формирование начальных навыков управления PR-акциями.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью квалификации магистр; входит в часть, формируемую участниками образовательного процесса в раздел дисциплин по выбору.

Содержание данного курса соответствует требованиям ФГОС ВО и предназначено для знакомства будущих специалистов в области профессиональной деятельности с основами управления социальными коммуникациями как внутри организации, так и между организацией и ее средой с целью создания благоприятных для организации

коммуникационных процессов, освоения инновационных практик управления коммуникациями, формирования и поддержания имиджа и общественного мнения достижения согласия, сотрудничества и признания.

Дисциплина «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте» предполагает высокий общий уровень знаний в области социальных наук, социологии и психологии управления, социальной психологии и психологии воздействия. С точки зрения места в системе управленческих дисциплин курс «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте» построен во взаимосвязи с такими дисциплинами как: «методология научных исследований», «технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «тенденции развития рекламы и связи с общественностью», «психологические исследования в рекламе и связях с общественностью», «медиа рилейшнз (продвинутый уровень)» - дисциплины изучаются в первом семестре параллельно. Данная взаимосвязь определена актуальностью и практической необходимостью применения в подготовке и обучении магистров по направлению «реклама и связи с общественностью» комплексного подхода к изучению дисциплины «инновационные практики в коммуникационном менеджменте», который бы включал в себя сочетание элементов социально-психологического, социологического и общепсихологического исследования, а также комплекса компонентов из коммуникационных и инновационных процессов управления. Знания, полученные студентами при изучении дисциплины «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте» необходимы для усвоения материала по таким предметам, как «Коммуникации бизнеса и власти», «Консалтинг в коммуникационной политике компании», «Медиаповедение и медиаполитика в информационном обществе», «Стратегии и технологии интегрированных коммуникаций», «Технологии построения корпоративного имиджа». Указанные связи дисциплины дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистранта.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

ПК-1 - способность управлять деятельностью коллектива, разрабатывать эффективную коммуникационную стратегию, планировать и осуществлять её реализацию, обеспечивать эффективность;

ПК-4 – способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: принципы стратегического планирования и оперативного управления в сфере корпоративных коммуникаций; основные понятия и модели коммуникаций; психологию коммуникаций и их социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; функции воздействия массовых коммуникаций; коммуникационные системы и коммуникационные технологии; правовые и этические основы коммуникационного управления.

уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и информационно-коммуникационных программ, анализировать проблемные ситуации на основе системного подхода, выработать стратегию действий, используя инновационные практики коммуникационного менеджмента;

владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, инновационными практиками управления, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами на родном и иностранном языках, способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; методами коммуникации в кросс-культурном пространстве.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа.