

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Аксенова Татьяна Алексеевна

Должность: Директор

Дата подписания: 25.06.2021 09:15

Идентификатор ключа:

6f9e8fef93cabde10122c8f7fc53725f900c0bb6ec4d7b290b531dccaadce5ea

Профессиональная образовательная организация ассоциация
«Региональный финансово-экономический техникум»

Цикловая комиссия управления и коммерции и гуманитарных дисциплин



Рабочая программа учебной дисциплины

«КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

специальности 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям)
(базовой подготовки)

Рецензенты:

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 09.02.05 «Прикладная информатика (по отраслям)» (базовой подготовки), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 августа 2014 года № 1001.

Составитель:



Е.С. Аксенова, преподаватель
цикловой комиссии управления,
коммерции и гуманитарных
дисциплин РФЭТ

Рабочая программа утверждена на заседании цикловой комиссии управления, коммерции и гуманитарных дисциплин, № 10 от «26» июня 2020 г.

Председатель цикловой комиссии
управления, коммерции
и гуманитарных дисциплин

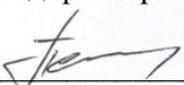


_____ С.В. Долженков

**Изменения в рабочей программе по учебной дисциплине
«Коммуникационный менеджмент»
на 2021/2022 уч. г.**

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе

 Ю.И. Петренко

«25» июня 2021 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1) внесены изменения в список основной литературы;
- 2) внесены изменения в перечень вопросов для самоконтроля по самостоятельно изученным темам.

Рабочая программа утверждена на заседании цикловой комиссии управления, коммерции и гуманитарных дисциплин, протокол № 8 от «25» июня 2021 г.

Председатель цикловой комиссии  С.В. Долженков

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ7
3. КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО–ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ11
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Коммуникационный менеджмент»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям) (базовой и углубленной подготовки) в части освоения общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: является вариативной дисциплиной общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является формирование у студентов современных фундаментальных знаний и развитие компетенций в области теории и практики выстраивания коммуникаций как внутри организации (подразделения фирмы), так и организация эффективных внешних коммуникационных процессов.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать у студента представление о целях и задачах коммуникационного менеджмента;
- предоставить инструментарий для построения эффективных коммуникаций;
- знакомство с методами коммуникационного менеджмента, приемами различных видов общения.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

- разрабатывать стратегию управления коммуникациями для своего подразделения (коллектива) (У-1);
- решать оперативные проблемы управления персоналом, используя методы коммуникационного менеджмента (У-2);
- применять приемы выразительной речи в общении с подчиненными, соблюдать культуру общения в коллективе, развивать корпоративную культуру в целом (У-3);

- анализировать составляющие имиджа организации, определять стратегию развития имиджа (У-4);
- готовить необходимые виды материалов для формирования эффективных коммуникаций с общественностью, СМИ, органами государственного управления и власти (У-5);
- используя инструментарий коммуникационного менеджмента, противодействовать негативной информации и слухам, разрабатывать антикризисную коммуникационную кампанию (У-6);

знать:

- сущность и характерные черты коммуникационных стратегий (З-1);
- принципы организации эффективных коммуникаций с персоналом (З-2);
- содержание невербальных составляющих коммуникации, их использование в коррекции общения и улучшении взаимоотношений с рабочим коллективом (З-3);
- механизмы формирования корпоративной культуры, инструментарий коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры (З-4);
- технологию конструирования корпоративного имиджа (З-5);
- структуру и функции отдела по коммуникациям в организации (З-6);
- систему методов управления коммуникациями со СМИ, органами государственной власти и управления (З-7);
- методику антикризисного и кризисного (чрезвычайного) коммуникационного менеджмента (З-8);

1.4. Перечень формируемых компетенций в результате освоения учебной дисциплины

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в

	профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ПК 3.2	Осуществлять продвижение и презентацию программного обеспечения отраслевой направленности.
ПК 3.4.	Работать с системами управления взаимоотношениями с клиентами.

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной региональной программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 238 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 18 часов;

самостоятельной работы обучающегося 220 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	238
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	18
в том числе:	
обзорно-установочные занятия	8
лабораторно-практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	220
Итоговая аттестация проводится в форме <i>дифференцированного зачета</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, контрольные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в стратегии управления организаций	<p>Содержание учебного материала Роль коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения. Исторические модели управления коммуникациями: пропаганда, модели связей с общественностью по С. Блэку, Айви Ли, Дж. Грюнигу, информационные войны, ИМК и др. Коммуникации ассиметричные – симметричные и информирующие – убеждающие. Роль коммуникаций в организации: коммуникация – дополнительный атрибут; коммуникация – инструмент управления; коммуникации – стратегический инструмент. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии. Границы управления коммуникациями. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте.</p>	2	1,2
	Самостоятельная работа	28	
Тема 2. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии .	<p>Содержание учебного материала Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная и неформальная коммуникация) Основы формирования эффективных коммуникаций с персоналом. Лояльность, доверие. Доверие в отношениях «руководитель-сотрудник». Делегирование полномочий и задач подчиненных. Формирование индивидуальной модели коммуникационного менеджмента. Эмоциональный фактор в управлении персоналом. Контроль персонала. Контроль исполнения запланированного. Обоснование технических средств контроля персонала. Анализ причин нелояльности персонала. Развитие лояльности. Тактика влияния на подчиненных. Уменьшение текучести кадров с помощью адаптации работников к новым условиям работы. Конфликт руководителя с подчиненными. Причины производственных конфликтов. Профилактика конфликтов. Особенности воздействия на подчиненных во избежание осложнения отношений. Управление конфликтной ситуацией. Позитивные стороны конфликта. Противодействие манипуляциям. Преодоление прессинга на работе.</p>	2	1,2
	Практическое занятие №1	2	
	Самостоятельная работа	28	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, контрольные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Тема 3. Искусство речевого общения. Невербальные составляющие коммуникации.	Содержание учебного материала Культура общения. Умение говорить выразительно в общении с подчиненными. Тренировка речи. Способы убеждающего воздействия, используемые для построения речи. Взаимоотношения с коллегами по работе. Моббинг и противодействие моббингу. Смысл и содержание невербальных сигналов. Признаки напряженного состояния: физиологические и поведенческие.		2
	Самостоятельная работа	28	
Тема 4. Коммуникационный менеджмент в формировании корпоративной культуры	Содержание учебного материала Корпоративная культура и ее составляющие. Факторы, способствующие формированию корпоративных отношений. Типология корпоративной культуры. Механизмы формирования корпоративной культуры. Фирменный стиль. Инструментарий коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры.	2	3
	Самостоятельная работа	28	
Тема 5. Формирование имиджа организации: инструментарий коммуникационного менеджмента	Содержание учебного материала Корпоративный имидж как одна из задач коммуникационного менеджмента. Особенности корпоративного имиджа. Достоинства позитивного имиджа организации. Типология корпоративного имиджа. Технология конструирования корпоративного имиджа. Поиск концепции имиджа. Стратегия развития имиджа. История (легенда) организации. Визуальный образ организации, антропоморфные персонажи. Как учитывать имидж при проведении коммуникативных событий. Интернет-технологии в создании корпоративного имиджа. Технологии развития имиджа корпорации в интернете.	2	3
	Самостоятельная работа	28	
	Контрольная работа «Создание базы данных и базы знаний по созданию корпоративного имиджа организации с использованием заданной формы»	2	
Тема 6. Формирование и развитие связей со СМИ	Содержание учебного материала Связи с прессой. Виды материалов для прессы: классификация и особенности подготовки. Информационный повод. Пресс-релиз. Брифинги. Пресс-конференции: ситуации в которых их проведение необходимо, подготовка и проведение мероприятия. Интервью: виды, особенности подготовки, алгоритм действий при подготовке для каждого вида интервью. Обязанности пресс-секретаря, пресс-аташе. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации.		3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, контрольные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
	<p>Практическое занятие №2 Подготовка публичного выступления (как инструментария коммуникационного менеджмента) по предложенной тематике.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	2	
<p>Тема 7. Взаимодействие с органами государственной власти и управления</p>	<p>Содержание учебного материала Общие представления о данном виде коммуникаций, основные понятия и определения: лоббизм, частно-государственное партнерство, корпоративная социальная ответственность. Современные особенности установления взаимоотношений с органами государственной власти и управления. Технологии и инструментарий коммуникационного менеджмента в данной области. Инструменты PR, используемые при построении коммуникации с государственными органами. Профессиональные компетенции специалиста по коммуникациям с органами власти и управления, регулирование его деятельности, требования законодательства.</p> <p>Самостоятельная работа</p> <p>Индивидуальное творческое задание</p>	26	3
<p>Тема 8. Антикризисный коммуникационный менеджмент</p>	<p>Содержание учебного материала «Черный» PR как средство формирования общественного мнения. Способы привлечения внимания, подготовка «черной» программы. Блеф и манипуляция. Методы манипулятивного воздействия. Особенности переработки человеком негативной информации. Управление слухами. Причины возникновения слухов. Способы управления ими. Антикризисный и кризисный (чрезвычайный) коммуникационный менеджмент.</p> <p>Практическое занятие № 3 Анализ антикризисной коммуникационной кампании по самостоятельно заданной имитационной ситуации</p> <p>Самостоятельная работа</p>	24	3
	Итого	2	30
		238	

3. КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО–ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Смотри приложение №1.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

1. Аудиторная база (лекционная аудитория, аудитория для проведения практических занятий, виртуальные классные комнаты на портале РФЭТ)
2. Организационно-технические средства и аудиовизуальный фондовый материал, мультимедийное оборудование.
3. Комплекты видеофильмов, аудиокниг, CD-дисков по проблемам дисциплины.
4. Интернет.
5. Информационно-правовая система «Консультант +»

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Коммуникационный менеджмент: учебник [Электронный ресурс]; Региональный финансово-экономический техникум. – Курск, 2015. – 131 с.
2. Коммуникационный менеджмент: практикум [Электронный ресурс]; Региональный финансово-экономический техникум. – Курск, 2015. – 142 с.

Дополнительная

1. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ.
2. Федеральный закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 №2124-1.
3. Постановление Правительства РФ «О федеральной целевой программе «Электронная Россия (2002 - 2010 годы)» от 28.01.2002 №65.
4. Анопченко Т.Ю. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления: учебное пособие / Т.Ю. Анопченко, М.А. Чернышев [и др.]. – Ростов н/Д : Феникс, 2010.
5. Бердников И.П. PR-коммуникации: Практическое пособие / И.П. Бердников, А.Ф. Стрижова. – М. : Дашков и К, 2010.

6. Боголюбова Н.М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен [Текст] : учебное пособие / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева. – СПб. : СПбКО, 2009.
7. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – М. : Аспект пресс, 2008.
8. Бондырева С.К. Коммуникация: от диалога межличностного к диалогу межкультурному: Учебное пособие /С.К.Бондырева, А.А.Мурашов. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института. – Воронеж: МОДЭК, 2007.
9. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом / С. В. Василенко. – М. : Дашков и К, 2009.
10. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация : учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2009.
11. Головлева Е.Л. Основы межкультурной коммуникации : учебное пособие / Е.Л. Головлева. - Ростов н/Д : Феникс, 2008.
12. Горелова Н.А. Антикризисное управление человеческими ресурсами: Учебное пособие. – СПб. : Питер, 2010.
13. Данилова О.В. Успешная презентация бизнес-проекта / О.В. Данилова. – М. : ЭКСМО, 2008.
14. Деловая коммуникация в сфере информационных технологий: учебное пособие. Ю.В. Таратухина; под общ. ред. С.В. Мальцевой. Москва: «АТ-менеджер», 2011.
15. Зинченко В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме: учеб. пособие / В.Г.Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе. - 2-е изд. - М. : Флинта : Наука, 2008.
16. Кеннеди Г. Договориться можно обо всем! : как добиваться максимума в любых переговорах [Текст] / Г. Кеннеди ; пер. с англ. М. Вершовского. - 4-е изд. – М. : Альпина Паблицер, 2011.
17. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учеб. пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М. : ИНФРА-М, 2009.
18. Котлер Ф. Привлечение инвесторов: маркетинговый подход к поиску источников финансирования / Ф. Котлер, Д. Янг, Х. Картаджайя. – М. : Альпина, 2009.
19. Кривокопа Е.И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.И. Кривокопа. – М. : ИНФРА-М, 2010.
20. Крылов А.Н. Основы коммуникационного менеджмента и публичных релейшнз. Пособие для тренингов, самоконтроля, практических и семинарских занятий. – М. : Издательство НИБ, 2007.
21. Латышев В.Л. Связи с общественностью и информационные технологии / В.Л. Латышев. – М. : Изд-во МАИ-ПРИНТ, 2009.

22. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент: учебник / Ю.А. Маленков. - М. : Проспект, 2011.
23. Махмутова Н.Н. Коммуникационный менеджмент в России. – М. : Инфра-М, 2007.
24. Моисеенко Е.А. Коммуникации в бизнесе. / Е.А. Моисеенко, М.А. Чернышёв, Т.Ю. Анопченко, Г.А. Болошин, А.М. Григан. - Ростов н/Д : Феникс, 2007.
25. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах: учебное пособие. - М. : Вершина, 2009.
26. Орлова Е.Р. Бизнес-план. Методика составления и анализ ошибок / Е.Р. Орлова. – М. : Омега-Л, 2010.
27. Оськин И.С. Принципы создания успешной коммуникации. – Ростов н/Д : Феникс, 2010.
28. Пивонова Н.Е. Кросскультурные коммуникации: Учебное пособие. – СПб. : ИВЭСЭП, 2008.
29. Пономарев Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции: Учебное пособие / Н.Ф. Пономарев. - М. : Аспект Пресс, 2007.
30. Роуден М. Корпоративная идентичность. Создание успешного фирменного стиля и визуальные коммуникации в бизнесе. – М. : Добрая книга, 2007.
31. Садохин А.П. Введение в межкультурную коммуникацию: учебное пособие/ А.П. Садохин.- 2-е изд., стер.- М. : Омега-Л, 2009.
32. Семенов А.К. Этика менеджмента: Учебное пособие / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. - 2-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2007.
33. Тарасов А.М. Электронное правительство и информационная безопасность / А.М. Тарасов. – СПб. : Галарт, 2011.
34. Тарнавский В. Они победили. Уроки компаний, преодолевших кризис. – М. : Новый Издатель, 2009.
35. Ткачев О. Visual бренд: Притягивая взгляды потребителей. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009.
36. Улмер Р.Р., Селлнау Т.Л., Сиджер М.В. Эффективная кризисная коммуникация. От кризиса к возможностям. – Харьков : Гуманитарный центр, 2011.
37. Чернов В.Д. Волна или как управлять корпоративными коммуникациями в России, когда все меняется. – М. : «Коммуникационная группа АГТ», 2008.
38. Шапиро С.А. Основы управления персоналом в современных организациях : учеб. пособие / С.А. Шапиро, О.В. Шатаева. – М. : КноРус, 2011.
39. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») / Ф.И. Шарков. – учеб. пособие;

- 2-е изд. - М. : ИТК «Дашков и К», 2010.
40. Шарков Ф.И. Коммуникология : социология массовой коммуникации [Текст] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Дашков и Ко, 2010.
41. Шарков Ф.И. Массовые коммуникации и медиапланирование. – М. : Альфа-Пресс, 2008.
42. Шаховская Л.С. Бюджетирование: теория и практика: учебное пособие / Л.С. Шаховская, В.В. Хохлов, О.Г. Кулаков — М. : КНОРУС, 2009.
43. Шомова С.А. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст] : учеб. пособие / С.А. Шомова, Ф.С. Эркенова [и др.]; под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2011.

Интернет-ресурсы:

1. Учебный курс для студентов специальности «Прикладная информатика» в системе электронного обучения eduterra.pro
2. Электронная библиотека Регионального финансово-экономического техникума
<http://students.rfet.ru/a/students/library.jsp>
3. Электронная библиотека Регионального финансово-экономического техникума
<http://lib.rfet.ru/>
4. Электронно - библиотечная система iBooks
<http://ibooks.ru/>
5. Федеральный портал «Российское образование»
<http://www.edu.ru/>
6. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов»
<http://school-collection.edu.ru/>
7. Российская Государственная Библиотека
<http://www.rsl.ru/>
8. Федеральный образовательный портал ЭМС (Экономика, Социология, Менеджмент) <http://ecsocman.hse.ru>
9. Фундаментальная библиотека СПбГПУ –
<http://www.unilib.neva.ru/rus/lib/>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания, полученные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
Умения:	Наблюдение и оценка выполнения практических работ Оценка выполнения тестовых заданий Оценка выполнения контрольной работы Оценка выполнения самостоятельной работы Дифференцированный зачет
разрабатывать стратегию управления коммуникациями для своего подразделения (коллектива) (У-1);	
решать оперативные проблемы управления персоналом, используя методы коммуникационного менеджмента (У-2);	
применять приемы выразительной речи в общении с подчиненными, соблюдать культуру общения в коллективе, развивать корпоративную культуру в целом (У-3);	
анализировать составляющие имиджа организации, определять стратегию развития имиджа (У-4);	
готовить необходимые виды материалов для формирования эффективных коммуникаций с общественностью, СМИ, органами государственного управления и власти (У-5);	
используя инструментарий коммуникационного менеджмента, противодействовать негативной информации и слухам, разрабатывать антикризисную коммуникационную кампанию (У-6);	
Знания:	
сущность и характерные черты коммуникационных стратегий (З-1);	
принципы организации эффективных коммуникаций с персоналом (З-2);	

содержание невербальных составляющих коммуникации, их использование в коррекции общения и улучшении взаимоотношений с рабочим коллективом (З-3);	
механизмы формирования корпоративной культуры, инструментарий коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры (З-4);	
технологии конструирования корпоративного имиджа (З-5);	
структуру и функции отдела по коммуникациям в организации (З-6);	
систему методов управления коммуникациями со СМИ, органами государственной власти и управления (З-7);	
методику антикризисного и кризисного (чрезвычайного) коммуникационного менеджмента (З-8)	