

Вопросы к зачету и экзамену по дисциплине

«Коммуникационный менеджмент»

1. Менеджмент как наука. Суть управления.
2. Суть коммуникационного менеджмента, его функции и задачи.
3. Организация и ее признаки. Внутренняя и внешняя среда организации.
4. Законы существования организации. Разновидности организации.
5. Корпоративная культура организации. Компоненты корпоративной культуры, ее функции.
6. Типы корпоративной культуры, формальные и неформальные ценности.
7. Управление репутацией организации, корпоративный репутационный PR.
8. Управление имиджем организации, стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.
9. Коммуникационный менеджмент и публич рилейшнз.
10. Коммуникационный процесс и его структура. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.
11. Особенности работы руководителя. Стили управления. Стили коммуникаций как характеристика менеджера.
12. Коммуникация и информация. Информационно-инструментальная парадигма изучения коммуникации.
13. Информационно-коммуникационная модель управления. Классификация информации.
14. Требования к управленческой информации. Алгоритм информационного поиска.
15. Коммуникационный менеджмент как процесс. Коммуникатор, целевая аудитория, ключевое сообщение, каналы коммуникаций.
16. Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия.
17. Интегрированные маркетинговые коммуникации в коммуникационном менеджменте.
18. Принципы планирования в коммуникационном менеджменте.
19. Коммуникационная программа как основа планирования. Определение проблемы.
20. Планирование и программирование как этап коммуникационной программы: что необходимо изменить, сделать, исходя из известного о ситуации?
21. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы: кто, где, как именно, когда должен это сделать?
22. Оценка и контроль коммуникационной программы.
23. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте. Природа процесса принятия решений. Организационные решения.
24. Подходы к принятию решений. Рациональное решение.
25. Системный и ситуационный подходы к управлению. Моделирование ситуаций.
26. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
27. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью, коммуникационный аудит.
28. Компьютерные программы обработки социальной информации.
29. Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.
30. Сущностные и содержательные признаки управления.
31. Характеристика ценностных приоритетов управления.
32. Что имеется общего и каковы отличия функций управления?
33. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента.
34. В чем состоит специфика функций коммуникационного менеджмента.

35. Раскройте смысл перспектив коммуникационного менеджмента.
36. Каково содержание ключевых проблем PR-деятельности?
37. Основные характеристики репутационных технологий.
38. В чем сходство и в чем отличие технологий имиджирования от репутационных технологий?
39. Виды публичного общения.
40. Охарактеризуйте средства публичной коммуникации?
41. Методы публичного воздействия.
42. Процедуры планирования и контроля PR-акций.
43. Меры упреждения и преодоления кризисных ситуаций и массовых конфликтов публичного общения.
44. Перечислите различия «белого» и «черного» PR, дайте краткую характеристику этим отличиям.
45. Каковы основные права и обязанности СМИ?
46. Каковы правовые гарантии деятельности СМИ?
47. Какие виды наказания установлены для нарушителей законодательства о СМИ?
48. Что такое политический маркетинг? Приведите примеры его деятельности.
49. Что такое социальный маркетинг? Приведите примеры его деятельности.
50. Каковы роль и место организации связи с общественностью в системе муниципального управления?
51. Раскройте специфику деятельности служб по связи с общественностью, действующих на местном уровне.
52. Каковы основные факторы интеллектуализации менеджмента?
53. Определите подходы к построению эффективной системы стимулирования персонала.
54. Какой смысл понятия «культура управленческого общения»?