

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ледович Татьяна Сергеевна
Должность: ректор
Дата подписания: 28.02.2022 22:25:24
Уникальный программный ключ:
5bc4499c8c52d1513eb28ea155cce32285775eeb

**ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ
НАРОДОВ КAVKAZA**

1996

ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ КAVKAZA
частное образовательное учреждение
высшего образования

355008 г. Ставрополь, пр-т. Карла Маркса, 7
+7 (8652) 28-25-00
+7 (8652) 28-03-46
idnk@mail.ru | www.idnk.ru

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебно-методической работе
Е.В. Давылова
« 27 » апреля 2021 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.12 КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль)	Менеджмент организации
квалификация выпускника	Бакалавр
формы обучения	Очная, заочная
трудоемкость	4 з.е.

Ставрополь, 2021

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу были положены:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 года № 7 (с изменениями и дополнениями от 13 июня 2017 г.).
2. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05 апреля 2017 года № 301.
3. Локальные нормативные акты ИДНК

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена и принята на заседании кафедры экономики и управления Протокол № 8 от «26» апреля 2021 г.

Рабочая программа актуализируется (обновляется) ежегодно, в том числе в части программного обеспечения, материально – технического обеспечения, литературы.

Разработчик программы кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления В.В. Ланг

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель учебной дисциплины Б1.В.12 «Коммуникационный менеджмент» - формирование у обучающихся компетенции ОПК-4, ПК-2: способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.

Цель изучения курса - состоит в том, чтобы помочь менеджеру в анализе проблемных ситуаций, выборе стратегии, планировании и реализации коммуникационных программ той или иной организационной структуры. Данная дисциплина призвана познакомить студентов с сущностью коммуникаций, спецификой внутриорганизационных коммуникаций; анализом факторов, влияющих на эффективность коммуникаций и менеджмента в организациях; осуществление коммуникационного менеджмента в современном обществе, в организационной корпоративной культуре; умении определять и анализировать особенности национальных культур и их влияние на поведение людей в международном и транснациональном менеджменте.

1.2. Задачи:

- научить решать проблемы индивидуального, группового и организационного поведения в организациях,
- идентифицировать причины мотиваций и стилей управления организацией для будущей практической деятельности,
- помогать руководству и организациям адаптироваться в различных стрессовых и кризисных ситуациях,
- воплощать в практике знания и навыки по организации оптимального коммуникативного климата и корпоративной культуры.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Освоение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Соотношение результатов изучения дисциплины результатам освоения ОПОП

Результаты освоения ОПОП (компетенции)	Результаты изучения дисциплины Обучающийся должен:	Знать, Уметь, Владеть
ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести	Знать:	
	- основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций;	З-1
	- характеристики основных эффективных технологий, используемых в деловых коммуникациях и перспективы их развития;	З-2
	Уметь:	

переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	- эффективно применять знания из области психологии делового общения в профессиональной деятельности;	У-1
	- осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;	У-2
	Владеть:	
	- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания;	В-1
	- навыками по организации оптимального коммуникативного климата и корпоративной культуры.	В-2
ПК-2 владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	Знать:	
	- методологию разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	З-3
	- основы современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде ;	З-4
	Уметь:	
	- разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;	У-3
	- проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации;	У-4
	Владеть:	
	- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;	В-3
	- навыками организации коммуникаций на разных уровнях управления	В-4

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.12 «Коммуникационный менеджмент» относится к вариативной части дисциплин Блока 1 ОПОП ВО направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» тесно связана с такими дисциплинами как «Теория менеджмента», «Управление человеческими ресурсами», «Управленческие решения» и с другими экономическими и управленческими курсами, поскольку требует комплексного использования приобретенных при их изучении знаний и практических навыков.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Распределение академических часов дисциплины по курсам и семестрам изучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академ. часа).

Наименования видов учебной деятельности	Всего часов	
	Очная	Заочная

	форма обучения	форма обучения
Период изучения	2 курс, 4 семестр	3 курс
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в том числе:	84	16
Занятия лекционного типа (лекции)	28	6
Занятия семинарского типа (практические занятия)	56	10
Самостоятельная работа	60	124
Вид промежуточной аттестации – зачет	-	4
Трудоемкость дисциплины за семестр	144	144
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

5.1. Структура учебной дисциплины

5.1.1. Структура учебной дисциплины очная форма обучения

Наименование тем дисциплины	Занятия лекционного типа (лекции)	Занятия семинарского типа (практические занятия)	СР	Знать, Уметь, Владеть
2 курс, 4 семестр				
1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управления организаций	4	6	6	З-1, У-3
2. Типологические модели коммуникационного менеджмента	4	6	6	З-1, З-2, З-3, З-4
3. Установление границ управления коммуникациями.	4	6	6	У-3, У-4
4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	4	6	6	З-2, З-3, З-4, У-1, У-2, У-3
5. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте.	2	6	6	З-2, З-3, З-4, У-2, У-3, У-4
6. Формирование положительного общественного мнения об организации.	2	6	6	З-2, З-3, З-4, У-2, У-3, У-4
7. Определение	2	6	6	З-2, З-3, У-1,

эффективности коммуникационном менеджменте.	В				У-3, В-1, В-2
8. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации.		2	6	6	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.		2	4	6	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	В	2	4	6	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
Контроль					Зачет
Итого					28 56 60

5.1.2. Структура учебной дисциплины заочная форма обучения

Наименование тем дисциплины	Занятия лекционного типа (лекции)	Занятия семинарского типа (практические занятия)	СР	Знать, Уметь, Владеть
3 курс				
4. Коммуникационный менеджмент и его роль в управления организаций	1	1	12	3-1, У- 3
5. Типологические модели коммуникационного менеджмента	1	1	12	3-1, 3-2, 3-3,3-4
6. Установление границ управления коммуникациями.	1	1	12	У-3, У-4
4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	1	1	12	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
5. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте.	1	1	12	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
6. Формирование положительного общественного мнения об организации.	1	1	12	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
7. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте.	-	1	13	3-2, 3- 3, У-1, У-3, В-1, В-2
8. Структура и функции	-	1	13	У-1, У-2, У-3,

отдела по коммуникациям в организации.				У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.	-	1	13	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	-	1	13	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
Контроль	4			Зачет
Итого	6	10	124	

Для текущего контроля успеваемости используются: устный опрос, письменные задания, контрольные работы, написание рефератов, тестирование

5.2. Содержание дисциплины по темам

Наименование тем дисциплины	Содержание тем дисциплины	Знать, Уметь, Владеть
1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	Роль коммуникации в системе менеджмента. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения. Репутация как накопление паблицитного капитала. Роль менеджера по коммуникациям Модель лично- деловых качеств современного менеджера (В. М. Шепель)	3-1, У- 3
2. Типологические модели коммуникационного менеджмента	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.	3-1, 3-2, 3-3,3-4
3. Установление границ управления коммуникациями	Границы управления коммуникациями. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте. Проблемы разграничения управления и манипулирования	У-3, У-4
4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация) Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
5. Принципы стратегического планирования в коммуникационном	Сущность и уровни разработки управленческой стратегии. Корпоративная стратегия. Стратегия роста. Стратегия стабильности. Стратегия обороны. Комбинированная стратегия. Процесс	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4

менеджменте	стратегического планирования и внедрение его результатов.	
6. Формирование положительного общественного мнения об организации	Общественное мнение и его характеристики Рациональное/иррациональное. Наличие/недостаточность информации по проблеме. Инертность/ податливость общественного мнения, Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
7. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте	Виды эффективности. Принципы оценки коммуникационного менеджмента. Результативность коммуникаций в организации. Оценка эффективности (А. Чумиков). Измерение итогов коммуникационной кампании. Измерение результатов.	3-2, 3-3, У-1, У-3, В-1, В-2
8. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации	Структура отдела корпоративной коммуникации. Выработка общей коммуникативной политики организации, координация деятельности всех отделов в этом направлении и контроль за осуществлением коммуникативной политики; Обеспечение коммуникативной безопасности и активное использование коммуникационных технологий в организации; Участие в подготовке публичных мероприятий, включая подготовку текстов выступлений, речей и докладов; Информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг; Поддержка и развитие отношений с органами власти, включая выработку рекомендаций, обеспечение необходимых контактов, продвижение и защиту интересов организации во власти; Разработка и реализация программ, проектов, событий, направленных на завоевание расположения ключевых групп общественности; Донорская деятельность фирмы - ее участие в благотворительности, патронаже, спонсорской поддержке социально значимых проектов и программ, учреждение или участие в создании специальных фондов, премий, стипендий. Поддержка добрых отношений с местным населением, включая благоустройство, защиту окружающей среды, обеспечение безопасности, разъяснение перспектив развития фирмы и т. д.;	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	Особенности коммуникационного менеджмента в госпромышленности и бизнесе. Коммуникационная безопасность на предприятиях. Технологическое и репутационно-имиджевое направление в коммуникационном менеджменте. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Структура отдела корпоративной коммуникации.	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских	Коммуникационный менеджмент в государственных и муниципальных органах власти. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Формы работы с	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

некоммерческих организациях	общественностью политических и общественных организаций. Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.	
-----------------------------	--	--

5.3. Планы занятий семинарского типа (практических занятий)

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1

Коммуникационный менеджмент и его роль в управления организаций - 3-1, У- 3

Цель: приобретение системы знаний о коммуникационном менеджменте и его роли в управлении организацией.

Ключевые понятия темы: философия менеджмента, революция в сфере управления, система менеджмента, коммуникационный менеджмент, репутация, модель лично- деловых качеств.

Вопросы для рассмотрения

1. Роль коммуникации в системе менеджмента.
2. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения.
3. Репутация как накопление публичного капитала.
4. Роль менеджера по коммуникациям.
5. Модель лично- деловых качеств современного менеджера (В. М. Шепель)

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Смещение акцента в направлении «человеческих отношений».
2. Типы организационных структур.
3. Организационная структура.
4. Организация как специфическая форма общения.
5. Связи с общественностью как элемент самоорганизации системы. Системный подход в организациях.

Примерные темы рефератов:

1. Философия менеджмента.
2. Революция в сфере управления.
3. Классические теории организации (М.Вебер, Ф.Тейлор, А.Файоль)
4. Общее и различное в подходах к системам управления. Современные парадигмы управления.
5. Модели организационного поведения (Э.Мэйо, Д.Макгрегор, Р.Ликерт).

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 2

Типологические модели коммуникационного менеджмента - 3-1, 3-2, 3-3,3-4

Цель: приобретение системы знаний о типологических моделях коммуникационного менеджмента

Ключевые понятия темы: приоритет коммуникационной сферы в постиндустриальной экономике, контролируемые, неконтролируемые коммуникации,

эффективные коммуникации, модель интегрированных коммуникаций, исторические модели управления коммуникациями, пропаганда, модели связей с общественностью, информационные войны, ассиметричные и симметричные коммуникации, информирующие и убеждающие коммуникации, стратегический инструмент.

Вопросы для рассмотрения:

1. Исторические модели управления коммуникациями: пропаганда, модели связей с общественностью по С. Блэку, Айви Ли, Дж. Грюнгу, информационные войны, ИМК и др.
2. Коммуникации ассиметричные – симметричные и информирующие – убеждающие.
3. Роль коммуникаций в организации: коммуникация – дополнительный атрибут; коммуникация – инструмент управления; коммуникации – стратегический инструмент.
4. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия.
5. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии
2. Приоритет коммуникационной сферы в постиндустриальной экономике.
3. Контролируемые, неконтролируемые коммуникации.
4. Эффективные коммуникации.

Примерные темы рефератов:

1. Приоритет коммуникационной сферы в постиндустриальной экономике.
2. Контролируемые, неконтролируемые коммуникации.
3. Эффективные коммуникации.
4. Модель интегрированных коммуникаций и место СО-деятельности в ней.
5. Исследовательские программы коммуникационных компаний.

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 3
Установление границ управления коммуникациями - У-3, У-4

Цель: приобретение системы знаний о границах управления коммуникациями

Ключевые понятия темы: границы управления коммуникациями, связи с общественностью, проблемы разграничения управления, манипулирование коммуникациями, тип бизнеса, виды деятельности, стратегия развития предприятия.

Вопросы для рассмотрения:

1. Границы управления коммуникациями.
2. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте.
3. Проблемы разграничения управления и манипулирования

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Деловые культуры различных этносов.
2. Возрастные роли коммуникационного менеджмента в мировом сообществе.
3. Интернет - глобальная коммуникационная сеть.

Примерные темы рефератов:

1. Национальные культуры, их различия.
2. Суть понятия «организация без границ».
3. Глобализация как взаимосвязь коммуникаций.
4. Исследования в области этнопсихологических различий в организациях (теория Хофстеда).

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4

Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии - 3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3

Цель: приобретение системы знаний об информационных потоках в организациях и структурах коммуникации в организации.

Ключевые понятия темы: информационное обеспечение менеджмента, и горизонтальные информационные потоки, иерархичность и информация, открытые и закрытые системы, выбор аудиторий и средств коммуникаций.

Вопросы для рассмотрения:

1. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация)
2. Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации.

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Выбор аудиторий и средств коммуникаций.
2. Обратная связь в управлении.
3. Критерии оценки коммуникационной структуры

Примерные темы рефератов:

1. Информационное обеспечение менеджмента.
2. Вертикальные информационные потоки.
3. Горизонтальные информационные потоки.
4. Иерархичность и информация.
5. Открытые и закрытые системы.

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5

Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте - 3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4

Цель: приобретение системы знаний о принципах стратегического планирования в коммуникационном менеджменте

Ключевые понятия темы: уровни разработки управленческой стратегии, корпоративная стратегия, стратегия роста, стратегия стабильности, стратегия обороны, комбинированная стратегия, процесс стратегического планирования.

Вопросы для рассмотрения:

1. Сущность и уровни разработки управленческой стратегии.
2. Корпоративная стратегия.
3. Стратегия роста.
4. Стратегия стабильности.
5. Стратегия обороны.
6. Комбинированная стратегия.
7. Процесс стратегического планирования и внедрение его результатов.

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Средства и методы коммуникаций
2. Иерархия уровней стратегий управления

Примерные темы рефератов:

1. Стратегии взаимодействия в общении.
2. Сущность процесс стратегического планирования и оценка его результатов

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6

Формирование положительного общественного мнения об организации – 3-2, 3-3,3-4, У-2, У-3, У-4

Цель: приобретение системы знаний о формировании положительного общественного мнения об организации

Ключевые понятия темы: общественное мнение, рациональное/иррациональное, наличие/недостаточность информации, инертность/ податливость общественного мнения, первичный и вторичный информационный поток.

Вопросы для рассмотрения:

1. Общественное мнение и его характеристики.
2. Рациональное/иррациональное мнение.
3. Наличие/недостаточность информации по проблеме.
4. Инертность/ податливость общественного мнения.
5. Первичные и вторичные информационных потоков

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Определение лидерства.
2. Теории личностного поведения (ситуационная теория, вероятностная теория, модель достижения цели).

3. Модели лидерства.
4. Харизматическое лидерство.
5. Коммуникация как инструмент власти.

6. Стратегии развития коммуникационного менеджмента в международном пространстве.

Примерные темы рефератов:

1. Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте.
2. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 7

Роль коммуникационного менеджмента в стратегическом планировании - З-2, З-3, У-1, У-3, В-1, В-2

Цель: приобретение системы знаний о видах эффективности и о роли коммуникационного менеджмента в стратегическом планировании.

Ключевые понятия темы: виды эффективности, принципы оценки коммуникационного менеджмента, результативность коммуникаций в организации, оценка эффективности, измерение итогов коммуникационной кампании, Измерение результатов.

Вопросы для рассмотрения:

1. Виды эффективности.
2. Принципы оценки коммуникационного менеджмента.
3. Результативность коммуникаций в организации.
4. Оценка эффективности (А. Чумиков).
5. Измерение итогов коммуникационной кампании. Измерение результатов.

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Перспективы коммуникационного управления в стратегическом планировании и виды эффективности.
2. Содержание деятельности, специфика функций, проблемы и перспективы коммуникационного управления в стратегическом планировании.

Примерные темы рефератов:

1. Содержание деятельности, специфика функций, проблемы и перспективы коммуникационного управления в стратегическом планировании.
2. Экономика коммуникационного менеджмента: бизнес-план, бюджет, брендинг и др.
3. Стратегии PR-кампаний.
4. Выявление альтернатив по выбору целей и каналов коммуникаций.
5. Стратегия планирования; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль и анализ результатов; формирование бюджета, оценка эффективности.

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 8

Структура и функции отдела по коммуникациям в организации - У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

Цель: приобретение системы знаний о структуре и функциях отдела по

Ключевые понятия темы: отдел корпоративной коммуникации, коммуникативная политика организации, координация деятельности отделов, коммуникативная безопасность, коммуникационные технологии, публичные мероприятия, выступления, речи и доклады, информационное продвижение фирмы, ключевые группы общественности, донорская деятельность фирмы, благотворительность, патронаж, спонсорская поддержка.

Вопросы для рассмотрения:

1. Структура отдела корпоративной коммуникации.
2. Выработка общей коммуникативной политики организации, координация деятельности всех отделов в этом направлении и контроль за осуществлением коммуникативной политики;
3. Обеспечение коммуникативной безопасности и активное использование коммуникационных технологий в организации;
4. Участие в подготовке публичных мероприятий, включая подготовку текстов выступлений, речей и докладов;
5. Информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг;
6. Поддержка и развитие отношений с органами власти, включая выработку рекомендаций, обеспечение необходимых контактов, продвижение и защиту интересов организации во власти;
7. Разработка и реализация программ, проектов, событий, направленных на завоевание расположения ключевых групп общественности;
8. Донорская деятельность фирмы - ее участие в благотворительности, патронаже, спонсорской поддержке социально значимых проектов и программ, учреждение или участие в создании специальных фондов, премий, стипендий.

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Каналы коммуникации в организациях (официальные/неофициальные, устные/письменные).
2. Интеграционные процессы.
3. Коммуникации в стратегическом и тактическом менеджменте и построении корпоративной культуры.
4. Поддержка добрых отношений с местным населением, включая благоустройство, защиту окружающей среды, обеспечение безопасности, разъяснение перспектив развития фирмы и т. д.

Примерные темы рефератов:

1. Постановка цели, сбор, анализ и обработка информации.
2. Выявление альтернатив по выбору целей и каналов коммуникаций.
3. Стратегия планирования; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль и анализ результатов; формирование бюджета, оценка эффективности.

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 9

Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе - У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

Цель: приобретение системы знаний о коммуникативном климате организации и о корпоративном имидже

Ключевые понятия темы: процессы общения внутри организации, направления общения, слухи: неформальный канал общения, барьеры эффективного общения, коммуникологические исследования, пути улучшения коммуникативного климата, этические модели поведения, консьюмеризм, социальная ответственность.

Вопросы для рассмотрения:

1. Особенности коммуникационного менеджмента в госпромышленности и бизнесе.
2. Коммуникационная безопасность на предприятиях.
3. Технологическое и репутационно-имиджевое направление в коммуникационном менеджменте.

4. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия.

5. Структура отдела корпоративной коммуникации.

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Этические модели поведения.

2. Консьюмеризм, социальная ответственность.

3. Внутрифирменные коммуникации как компонент корпоративного имиджа

Примерные темы рефератов:

1. Процессы общения внутри организации.

2. Направления общения.

3. Слухи: неформальный канал общения.

4. Барьеры эффективного общения.

5. Коммуникологические исследования.

6. Пути улучшения коммуникативного климата.

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов.

Занятие семинарского типа (практическое занятие) 10

Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях - У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

Цель: приобретение системы знаний о коммуникационном менеджменте в государственных и гражданских некоммерческих организациях

Ключевые понятия темы: Коммуникационный менеджмент в государственных и муниципальных органах власти, функции и организация информационных служб при правительственных органах, Формы работы с общественностью в политических и общественных организациях.

Вопросы для рассмотрения:

1. Коммуникационный менеджмент в государственных и муниципальных органах власти.

2. Функции и организация информационных служб при правительственных органах.

3. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.

4. Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.

Вопросы для обсуждения и дискуссии:

1. Роль профессионального коммуникатора.

2. Служба связей с общественностью и ее значение в организациях разного типа.

3. Коммуникационный менеджмент в работе с общественностью в мезосреде фирмы, во взаимоотношениях с госструктурами, местным управлением.

Примерные темы рефератов:

1. Понятие корпоративной культуры.
2. Различные модели корпоративности. Структура управления делегирования полномочий.
3. Философия, идеология, миссия и стратегия развития в корпоративной организации.
4. Нововведения в организациях. «За» и «против».
5. Формы проявления корпоративной культуры (вербальные и невербальные).
6. Работа с персоналом. Тренинги.

Образовательные технологии: практическое занятие с использованием мультимедиа технологий.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций

Устный опрос, написание и защита рефератов.

6. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Содержание заданий, выносимых на СР	Кол-во часов очная форма	Кол-во часов заочная форма	Форма контроля	Знать, Уметь, Владеть
Период изучения	2 курс, 5 семестр	3 курс		
1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управления организаций	6	12	Подготовка к устному опросу на практическом занятии.	З-1, У- 3
2. Типологические модели коммуникационного менеджмента	6	12	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Подготовка к написанию контрольного задания	З-1, З-2, З-3,З-4
3. Установление границ управления коммуникациями	6	12	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Написание доклада	У-3, У-4
4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	6	12	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Подготовка реферата	З-2, З-3, З-4, У-1, У-2, У-3
5. Принципы стратегического планирования коммуникационном менеджменте	6	12	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Подготовка к тестированию	З-2, З-3, З-4, У-2, У-3, У-4
6. Формирование положительного общественного мнения об организации	6	12	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Выполнение письменных заданий.	З-2, З-3, З-4, У-2, У-3, У-4

7. Определение эффективности коммуникационном менеджменте	в	6	13	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Выполнение письменных заданий. Подготовка к тестированию.	З-2, З-3, У-1, У-3, В-1, В-2
8. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации		6	13	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Подготовка к тестированию	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	в и	6	13	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Выполнение письменных заданий.	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
10. Коммуникационный менеджмент государственных гражданских некоммерческих организациях	в и	6	13	Подготовка к устному опросу на практическом занятии. Подготовка к написанию контрольной работы. Написание доклада.	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
Трудоемкость дисциплины за семестр		60	124		
Всего		60	124		

6.1. Задания для самостоятельной работы

Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управления организаций – З-1, У-3

Задания для самостоятельной работы:

1. Роль коммуникации в системе менеджмента.
2. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения.
3. Репутация как накопление паблицитного капитала.
4. Роль менеджера по коммуникациям.
5. Модель лично- деловых качеств современного менеджера (В. М. Шепель)

Тема 2. Типологические модели коммуникационного менеджмента - З-1, З-2, З-3, З-4

Задания для самостоятельной работы:

1. Исторические модели управления коммуникациями: пропаганда, модели связей с общественностью по С. Блэку, Айви Ли, Дж. Грюнгу, информационные войны, ИМК и др.
2. Коммуникации ассиметричные – симметричные и информирующие – убеждающие.
3. Роль коммуникаций в организации: коммуникация – дополнительный атрибут; коммуникация – инструмент управления; коммуникации – стратегический инструмент.
4. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия.
5. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии

Тема 3. Установление границ управления коммуникациями - У-3, У-4

Задания для самостоятельной работы:

1. Границы управления коммуникациями.
2. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте.
3. Проблемы разграничения управления и манипулирования
4. Деловые культуры различных этносов.
5. Возрастные роли коммуникационного менеджмента в мировом сообществе.
6. Интернет - глобальная коммуникационная сеть.

Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии - З-2, З-3, З-4, У-1, У-2, У-3

Задания для самостоятельной работы:

1. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация)
2. Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации.
4. Выбор аудиторий и средств коммуникаций.
5. Обратная связь в управлении.
6. Критерии оценки коммуникационной структуры

Тема 5. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте - З-2, З-3, З-4, У-2, У-3, У-4

Задания для самостоятельной работы:

1. Сущность и уровни разработки управленческой стратегии.
2. Корпоративная стратегия.
3. Стратегия роста.
4. Стратегия стабильности.
5. Стратегия обороны.
6. Комбинированная стратегия.
7. Процесс стратегического планирования и внедрение его результатов.

Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации – З-2, З-3, З-4, У-2, У-3, У-4

Задания для самостоятельной работы:

1. Общественное мнение и его характеристики.
2. Рациональное/иррациональное мнение.
3. Наличие/недостаточность информации по проблеме.
4. Инертность/ податливость общественного мнения.
5. Первичные и вторичные информационных потоков
6. Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте.
7. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.

Тема 7. Роль коммуникационного менеджмента в стратегическом планировании - З-2, З-3, У-1, У-3, В-1, В-2

Задания для самостоятельной работы:

1. Виды эффективности.
2. Принципы оценки коммуникационного менеджмента.
3. Результативность коммуникаций в организации.
4. Оценка эффективности (А. Чумиков).
5. Измерение итогов коммуникационной кампании. Измерение результатов.

Тема 8. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации - У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

Задания для самостоятельной работы:

1. Структура отдела корпоративной коммуникации.
2. Выработка общей коммуникативной политики организации, координация деятельности всех отделов в этом направлении и контроль за осуществлением коммуникативной политики;
3. Обеспечение коммуникативной безопасности и активное использование коммуникационных технологий в организации;
4. Участие в подготовке публичных мероприятий, включая подготовку текстов выступлений, речей и докладов;
5. Информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг;
6. Поддержка и развитие отношений с органами власти, включая выработку рекомендаций, обеспечение необходимых контактов, продвижение и защиту интересов организации во власти;
7. Разработка и реализация программ, проектов, событий, направленных на завоевание расположения ключевых групп общественности;
8. Донорская деятельность фирмы - ее участие в благотворительности, патронаже, спонсорской поддержке социально значимых проектов и программ, учреждение или участие в создании специальных фондов, премий, стипендий.

Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе - У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

Задания для самостоятельной работы:

1. Особенности коммуникационного менеджмента в государственной промышленности и бизнесе.
2. Коммуникационная безопасность на предприятиях.
3. Технологическое и репутационно-имиджевое направление в коммуникационном менеджменте.
4. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия.
5. Структура отдела корпоративной коммуникации.

Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях - У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

Задания для самостоятельной работы:

1. Коммуникационный менеджмент в государственных и муниципальных органах власти.
2. Функции и организация информационных служб при правительственных органах.
3. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.

4. Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.
5. Роль профессионального коммуникатора.
6. Служба связей с общественностью и ее значение в организациях разного типа.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка знаний обучающихся проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль знаний обучающихся

7.1.1. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине «Коммуникационный менеджмент» осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный, в том числе блиц-опрос (не более 15 минут)
- решение заданий в тестовой форме
- реферат
- контрольная работа

Опросы

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные блиц-опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время (10-15 мин.).

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета, когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений, опора на действующее семейное законодательство.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится три раза в течение изучения дисциплины (семестр), с использованием персональных компьютеров и программного обеспечения. Не менее, чем за 2 недели до проведения тестирования, преподаватель должен передать задания в тестовой форме с отмеченными правильными ответами системному администратору для введения заданий в тестовую компьютерную оболочку, а также определить критерии оценки.

Не менее, чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить студентам исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, нормативные правовые акты и теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

На тестировании студенту отводится по 2 минуты на каждое задание. Набор заданий для студента определяется компьютерной программой из базы тестовых заданий путем случайной выборки. По завершении тестирования студент может еще раз проверить все свои ответы на задания и при необходимости внести корректировки. Определение оценки за выполненное студентом тестовое задание, осуществляется самой компьютерной программой, а результат выдается немедленно по завершении тестирования. При проведении тестирования не разрешается пользоваться конспектами лекций, учебниками, законами и иными нормативными актами.

Реферат (доклад) - это развернутое устное сообщение на какую-либо тему, сделанное публично. Он является разновидностью самостоятельной научной работы обучающегося, часто применяется на семинарах.

Тему для реферата, доклада обучающиеся обычно выбирают из списка, составленного преподавателем. Однако докладчики могут предложить и свою тему, если она не выходит за рамки учебного курса и дополняет материал предыдущей лекции.

Материал по теме часто собирается из нескольких достоверных источников (учебники, научная литература). Обучающийся должен проанализировать его, выделить наиболее важные факты, обобщить и написать текст доклада, выдержанный в научном стиле.

На выступление каждому докладчику выделяется не более 15 минут. Доклад должен состоять из вступления (название темы, перечисление источников, связь с предыдущими докладами), основной части и заключения (выводы, значение рассмотренного вопроса). Во время доклада обучающийся может использовать наглядный материал (таблицы, графики, иллюстрации и т.д.). По окончании доклада присутствующие на семинаре могут задать докладчику вопросы, обсудить некоторые моменты сообщения.

Работая над докладом, обучающийся закрепляет полученный на лекциях материал, приобретает научно-исследовательские умения, а также приобретает опыт публичного выступления.

Выступление с докладом обучающегося заслушивается в аудитории в присутствии всех обучающихся и подлежит соответствующей оценке по четырех балльной системе.

7.1.2. Типовые и контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и навыков обучающихся

7.1.2.1 Примерные варианты контрольных работ для обучающихся заочной формы обучения - З-1,З-2,З-3,З-4,У-1,У-2,У-3,У-4,В-1,В-2,В-3,В-4

Вариант 1

1. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.
2. Количественный, качественный, ситуативный, системный подходы, теории

«человеческого капитала», развития человеческих ресурсов.

Вариант 2

1. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.
2. Модели организационного поведения.

Вариант 3

1. Исторические модели управления коммуникациями:
2. Процессы общения внутри организации

Вариант 4

1. Границы управления коммуникациями
2. Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте.

Вариант 5

1. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом
2. Измерение итогов коммуникационной кампании.

Вариант 6

1. Сущность и уровни разработки управленческой стратегии.
2. Обеспечение коммуникативной безопасности и активное использование коммуникационных технологий в организации

Вариант 7

1. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.
2. Информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг

Вариант 8

1. Особенности коммуникационного менеджмента в госсредствах и бизнесе
2. Двухсторонний коммуникативный процесс

Вариант 9

1. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия
2. Имидж и репутация в СО-коммуникациях

Вариант 10

1. Структура отдела корпоративной коммуникации
2. Формирование положительного общественного мнения об организации

7.1.2.2. Примерные тестовые задания для текущего контроля успеваемости

Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управления организаций - 3-1, У- 3

1. Термин коммуникация введен в научный оборот:

- a) в начале XX века
- b) в XIX веке
- c) в эпоху нового времени

2. Адресант коммуникации – это...

- a) получатель
- b) аудитория слушателей
- c) отправитель

3. Вербальная коммуникация – это...

- a) письменная речь
- b) речевое общение людей
- c) несловесный язык

4. Естественные каналы коммуникации – это...

- a) зрение
- b) слух
- c) телеграф
- d) телефонная связь
- e) интернет

5. К источникам коммуникационного процесса относятся:

- a) только индивиды
- b) индивиды, группы людей, общественные институты
- c) общественные институты

6. Цель манипулятивного общения – это:

- a) поддержание социальных связей
- b) взаимопонимание
- c) влияние и давление на индивидов в своих целях

7. Социальная коммуникация – это:

- a) форма взаимодействия людей по передаче информации, осуществляемой при помощи знаковых систем
- b) взаимосвязь всех сфер общества при помощи технических средств
- c) информационная связь субъекта с объектом

8. Информация – это:

- a) сведения о чем-либо, передаваемые людьми
- b) субъект-объектное отношение в виде диалога
- c) обратная связь, как реакция на стимул

9. Наличие субъектов коммуникации – это отличительный признак коммуникативного контакта:

- a) электронного
- b) спонтанного
- c) межличностного

10. Теория коммуникации – это:

- a) наука о языке
- b) область научного знания о коммуникационных процессах
- c) сфера использования технических средств информации

Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии - 3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3

1. Понятие коммуникация характеризуется:

- a) передачей информации с целью получения ответа
- b) обмен информацией о идеях или переживаниях
- v) передача информации от источника во вне
- г) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

2. Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:

- a) семантический барьером

б) затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:

- в) семантический барьером
- г) эмоциональным барьером
- д) отсутствие обратной связи
- е) Невербальным барьером

3. Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на иницилирующее высказывание или поведение, выполняющий ... или коррективную функцию.

- а) комплиментарную
- б) поясняющую
- в) объяснительную
- г) сигнальную

4. Обратная связь в процессе коммуникации может быть

- а) директивной и недирективной
- б) прямой и косвенной
- в) положительной и отрицательной
- г) оценочной и безоценочной

5. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится (выбрать один или несколько вариантов):

- мимика
- походка
- громкость
- тембр

6. Необходимым условием коммуникации является:

- а) обратная связь
- б) знание языка собеседника
- с) общность интересов собеседников

7. Технические науки изучают в коммуникации:

- а) смысловую сторону сигналов
- б) потребителей технического оборудования
- с) вопросы количества информации, скорости и качества ее передачи

Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе - У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

1. Позитив устных коммуникаций состоит

а) -хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.

- б)+ Обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.
- в) -сложность обновления, объемность информации.
- г) -является дополнением для других средств и способов коммуникаций.

2. Позитив письменных коммуникаций состоит

- а) -обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.

б)-сложность обновления, объемность информации.
в)-является дополнением для других средств и способов коммуникаций.
г) + хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.

3. Негатив письменных коммуникаций состоит

а) + сложность обновления, объемность информации.
б)-обеспечение глубокого взаимопонимания и экономия времени.
в)-является дополнением для других средств и способов коммуникаций.
г) -хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.

4. Для восходящих коммуникаций характерно

а) + оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
б)-доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
в) -обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
г) -это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

5. Для горизонтальных коммуникаций характерно

а) -оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
б)-доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
в)+ обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
г) -это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

6. Схемы коммуникаций является

а) -внешняя, внутренняя, входная и выходная.
б)+ кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, иерархическая.
в) -кольцевая, сотовая, входная, звездная, иерархическая.
г) -диагональная, кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, отчетная.

7. Коммуникационный процесс - это

а) -это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
б)-это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары.

в)-это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла.

г) + это обмен информацией между двумя и более лицами.

8. Коммуникационный процесс состоит из элементов

а) + отправитель, адресат, сообщение, канал связи, обратная реакция.

б)-отправитель, адресат, сообщение, канал связи.

в) заказчик, потребитель, распространитель, исполнитель.

г) -отправитель, исполнитель, сообщение, канал связи, потребитель.

9. Сообщение, как элемент коммуникационного процесса, - это

а) -особо, генерирующей идею или собирающее, обрабатывает информацию и передает ее.

б)+ информация, закодированная определенным образом с помощью символов.

в)-средство передачи информации.

г) -лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

10. Уровень безработицы - это

а) -это величина, которая показывает, какую часть населения составляют безработные.

б)-это величина, которая показывает, какую часть неинституционально го населения составляют безработные.

в)+ это величина, которая показывает, какую часть рабочей силы составляют безработные.

г) -это величина, которая показывает, какую часть институционального населения составляют безработные.

11. Управление трудовыми ресурсами - это

а) + это управление различными видами деятельности людей, что позволяет повысить эффективность работы организации при достижении поставленных целей.

б)-выявление соответствия деятельности и ее результатов установлением ориентиром.

в)-процесс подготовки к изменениям и овладения неопределенности путем формирования будущих вариантов действий.

г) -это процесс распределения и группировки работ и ресурсов, рациональное соединение и координация производственных факторов во времени и пространстве и создания некоторой структуры (формы деятельности).

12. Планирование в процессе формирования трудовых ресурсов организации заключается:

а) привлечения и привлечения кандидатов, из которых будет осуществляться отбор наиболее подходящих кандидатов для выполнения конкретных работ.

б)-оценка кандидатов на рабочие места и отбор лучших из резерва, созданного в ходе набора.

в)+ оценка имеющихся ресурсов и прогнозирование будущих потребностей, а потом уже разрабатывается программа удовлетворения будущих потребностей.

г) -это процесс во время, которого наниматель изучает работника и работник изучает нанимателя и работу.

13. Двусторонний коммуникативный процесс состоит из:

- a) 3 шагов
- b) 8 шагов
- c) 5 шагов

14. Исследованиями в области деловых культурных различий занимался:

- a) Г. Хофстед
- b) Э. Мэйо
- c) Ли Якокка

15. Как называют неформальные деловые коммуникации?

- a) «морской бой»
- b) «правила Буравчика»
- c) «виноградная лоза»

7.1.2.3 Примерная тематика рефератов - 3-1,3-2,3-3,3-4,У-1,У-2,У-3,У-4,В-1,В-2, В-3,В-4

1. Предпосылки возникновения и современное состояние PR
2. PR: сущность, цель и задачи
3. Факторы PR
4. Классификация PR
5. Принципы PR
6. Функции PR-деятельности
7. Тенденции развития PR
8. Основные направления развития российского рынка PR
9. PR и близкая к ним деятельность
10. Социально-психологические аспекты PR
11. Модели реализации PR
12. Профессиональные объединения PR-специалистов и их функции
13. Международные ассоциации и объединения по связям с общественностью
14. Российские ассоциации и объединения по связям с общественностью
15. Кодексы профессионального поведения в рамках PR
16. Типология групп общественности
17. Процесс и принцип определения целевых групп
18. Характеристики общественного мнения
19. Факторы влияния на индивидуальные ориентации
20. Мотивация изменения установки
21. Организационные основы работы PR-подразделения организации
22. Преимущества внутренней PR-служб организации
23. Структура PR-департамента
24. Правовые основы PR – деятельности
25. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам
26. Планирование работы отдела связей с общественностью в управлении персоналом
27. Информационное обеспечение PR – деятельности в управлении персоналом
28. Проведение организационно-представительских мероприятий (пресс-конференций, «круглых столов», презентаций, выставок и т.д.)
29. Организация специальных мероприятий (деловых бесед, выборов руководящего состава, конкурсов по отбору персонала и т.д.)
30. Диагностика кризисных и предкризисных ситуаций в организации

31. Этапы кризисных ситуаций
32. Особенности инструментария PR на разных этапах кризиса
33. Конфликт. Причины его возникновения. Карта конфликта
34. PR-методы решения конфликтных ситуаций
35. Отношения организации со СМИ
36. Средства корпоративных связей с общественностью в управлении персоналом
37. PR-методы исследования социально-экономической сферы
38. Оценка эффективности связей с общественностью в управлении персоналом
39. Стандарты PR-качества и PR-сертификации
40. Принципы эффективной организации работы PR в управлении персоналом

7.1.3. Описание критериев и шкал оценивания

7.1.3.1 Описание показателей и критериев оценивания устных ответов

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Уровень освоения компетенции
Понимание смысла компетенции	<p>Имеет базовые общие знания в рамках диапазона выделенных задач.</p> <p>Понимает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования. В большинстве случаев способен, выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию.</p> <p>Имеет фактические и теоретические знания в пределах области исследования с пониманием границ применимости.</p>	<p>Минимальный уровень</p> <p>Базовый уровень</p> <p>Высокий уровень</p>
Освоение компетенции в рамках изучения дисциплины	<p>Наличие основных умений, требуемых для выполнения простых задач. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной (выделенной) задаче.</p> <p>Имеет диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования. В большинстве случаев способен, выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию.</p> <p>Имеет широкий диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем. Способен выявлять проблемы и умеет находить способы решения, применяя современные методы и технологии.</p>	<p>Минимальный уровень</p> <p>Базовый уровень</p> <p>Высокий уровень</p>
Способность применять на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины	<p>Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания к решению конкретных задач.</p> <p>Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, приспособливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.</p> <p>Способен, контролировать работу, проводить оценку, совершенствовать действия работы. Умеет выбрать эффективный прием решения задач по возникающим проблемам.</p>	<p>Минимальный уровень</p> <p>Базовый уровень</p> <p>Высокий уровень</p>

7.1.3.2 Критерии оценки письменных ответов по дисциплине

Оценка	Характеристика ответа
--------	-----------------------

за ответ	
Отлично	Полные и правильные ответы на все поставленные теоретические вопросы, успешное решение задач с необходимыми пояснениями, корректная формулировка понятий и категорий.
Хорошо	Недостаточно полные и правильные ответы на 1 или 2 вопрос, несущественные ошибки в формулировке категорий и основных понятий, задача решена правильно, но не указаны единицы измерения, вывод по решению сформулирован аргументировано.
Удовлетворительно	Ответы включают материалы, в целом правильно отражающие понимание студентом выносимых на контрольную работу тем курса. Допускаются неточности в раскрытии части категорий, несущественные ошибки математического плана при решении задач, неправильно сформулирован вывод по задаче.
Неудовлетворительно	Неправильные и не аргументированные ответы на теоретические вопросы, большое количество существенных ошибок в решение практической части контрольной работы, отсутствия вывода. Не раскрыто основное содержание материала, обнаружено незнание основных положений темы. Не сформированы компетенции, умения и навыки.

7.1.3.3 Критерии оценки результатов тестовых заданий

Количество правильных ответов	Оценка
от 25 до 30 (85 – 100%)	отлично
от 21 до 24 (70 – 85%)	хорошо
от 17 до 20 (55 – 70%)	удовлетворительно
от 16 и менее (53%)	неудовлетворительно

7.1.3.4 Критерии оценки написания и представления реферата обучающимся

Оценка за ответ	Критерии
Отлично	оценивается доклад, в котором соблюдены следующие требования: обоснована актуальность избранной темы; полно и четко представлены основные теоретические понятия; проведен глубокий анализ теоретических и практических исследований по проблеме; продемонстрировано знание методологических основ изучаемой проблемы; показана осведомленность о новейших исследованиях в данной отрасли (по материалам научной периодики); уместно и точно использованы различные иллюстративные приемы – примеры, схемы, таблицы и т. д.; показано знание межпредметных связей; работа написана с использованием терминов современной науки, хорошим русским языком, соблюдена логическая стройность работы; соблюдены все требования к оформлению доклада.
Хорошо	оценивается доклад, в котором в целом раскрыта актуальность темы; в основном представлен обзор основной литературы по данной проблеме; недостаточно использованы последние публикации по данному вопросу; выводы сформулированы недостаточно полно; собственная точка зрения отсутствует или недостаточно аргументирована; в изложении преобладает описательный характер

Удовлетворительно	выставляется при условии: изложение носит исключительно описательный, компилятивный характер; библиография ограничена; изложение отличается слабой аргументацией; работа не выстроена логически; недостаточно используется научная терминология; выводы тривиальны; имеются существенные недостатки в оформлении.
Неудовлетворительно	выставляется, если большинство изложенных требований к докладу не соблюдено, то он не засчитывается.

7.2. Промежуточная аттестация по дисциплине

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» изучается в двух семестрах, по окончании первого семестра промежуточная аттестация проходит в виде зачета. Зачет проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии.

До зачета не допускаются студенты, не сдавшие хотя бы одну из двух текущих аттестаций (тестирований). Зачет может быть выставлен автоматически, по результатам текущих контролей и достижений, продемонстрированных студентом на практических занятиях.

Итог каждого этапа испытания фиксируется преподавателем. Оценивание проводится по методике, описанной выше для оценки тестирования и решения задач. Преподаватель вправе повысить получившееся значение, основываясь на результатах текущей успеваемости студента и его работы на практических занятиях. Результаты прохождения экзамена объявляются всей группе. В случае неудовлетворительного результата экзаменационного испытания начальником учебного отдела назначается день и время повторной сдачи экзамена по дисциплине.

7.2.1. Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации по дисциплине

Вопросы к зачету

Наименование	Знать, Уметь, Владеть
1. Специфика коммуникационного менеджмента.	З-1, У- 3
2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.	З-1, З-2, З-3,З-4
3. Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента.	З-1, З-2, З-3,З-4
4. Прикладная направленность коммуникационного менеджмента.	З-1, З-2, З-3,З-4
5. Целевая направленность коммуникационного менеджмента.	З-1, З-2, З-3,З-4
6. Установление границ управления коммуникациями	У-3, У-4
7. Специфика управления как деятельности.	З-1, З-2, З-3,З-4
8. Сущность управления. Элементы структуры управления.	З-2, З-3, З-4, У-1, У-2, У-3
9. Основные характеристики типологии управления	З-1, З-2, З-3,З-4
10. Понятие, содержание деятельности, предмет, объект и субъект коммуникационного менеджмента.	З-1, З-2, З-3,З-4

11. Содержание коммуникационного менеджмента и его задачи. Особенности целевых групп коммуникационного менеджмента.	3-1, 3-2, 3-3, 3-4
12. Особенности зарождения PR в США. Характеристики основных периодов развития PR деятельности в США.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
13. Развитие PR в России.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
14. Особенности трансформации публичных релейшнз.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
15. Соотнесение понятий «публичных релейшнз» и «корпоративные коммуникации».	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
16. Понятие коммуникации. Цели и функции коммуникаций.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
17. Виды коммуникаций в организации. Специфика коммуникации в организации.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
18. Специфика коммуникативных аспектов.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
19. Особенности межличностных коммуникаций.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
20. Формы коммуникаций в организации.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
21. Элементы и этапы коммуникационного процесса.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
22. Специфика коммуникационного взаимодействия.	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
23. Особенности барьеров коммуникаций в организации.	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
24. Маркетинговые коммуникации и факторы их эффективности.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
25. Основные средства маркетинговых коммуникаций.	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
26. Реклама как составная часть маркетинговых коммуникаций.	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
27. Комплексная система маркетинговых коммуникаций.	3-2, 3-3, 3-4, У-1, У-2, У-3
28. Модели маркетинговых коммуникаций	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
29. Стратегии маркетинговых коммуникаций.	3-2, 3-3, 3-4, У-2, У-3, У-4
30. Виды публичного общения.	3-2, 3-3, У-1, У-3, В-1, В-2
31. Средства публичной коммуникации.	3-2, 3-3, У-1, У-3, В-1, В-2
32. Основные методы коммуникативного воздействия.	3-2, 3-3, У-1, У-3, В-1, В-2
33. Принципы планирования PR-деятельности.	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
34. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
35. Обеспечение коммуникативной безопасности и активное использование коммуникационных технологий в организации	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

36. Характеристика коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
37. Характеристика коммуникационного менеджмента в государственных и гражданских некоммерческих организациях	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4
38. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций	У-1, У-2, У-3, У-4, В-1, В-2, В-3, В-4

7.2.2. Критерии и шкалы оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

7.2.2.1 Критерии оценки в системе «зачтено – не зачтено»

Оценка за ответ	Характеристика ответа
Зачтено	<p>Достаточный объем знаний в рамках изучения дисциплины.</p> <p>Цели реферирования и коммуникации в целом достигнуты. Допущено не более пяти полных коммуникативно значимых ошибок (пяти речевых ошибок, или лексических, или грамматических, приведших к недопониманию или непониманию), а также не более пяти коммуникативно незначимых ошибок.</p> <p>В ответе используется научная терминология.</p> <p>Стилистическое и логическое изложение ответа на вопрос правильное.</p> <p>Умеет делать выводы без существенных ошибок.</p> <p>Владеет инструментарием изучаемой дисциплины, умеет его использовать в решении стандартных (типовых) задач.</p> <p>Ориентируется в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине.</p> <p>Активен на практических (лабораторных) занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.</p>
Не зачтено	<p>Не достаточно полный объем знаний в рамках изучения дисциплины.</p> <p>Цели реферирования и коммуникации не достигнуты.</p> <p>Допущено более пяти полных коммуникативно значимых ошибок (пяти речевых ошибок, или лексических, или грамматических, приведших к недопониманию или непониманию), а также более пяти коммуникативно незначимых ошибок.</p> <p>В ответе не используется научная терминология.</p> <p>Изложение ответа на вопрос с существенными стилистическими и логическими ошибками.</p> <p>Не умеет делать выводы по результатам изучения дисциплины</p> <p>Слабое владение инструментарием изучаемой дисциплины, не компетентность в решении стандартных (типовых) задач.</p> <p>Не умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине.</p> <p>Пассивность на практических (лабораторных) занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.</p> <p>Не сформированы компетенции, умения и навыки. Отказ от</p>

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

8.1. Основная литература:

1. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / составители С. В. Кардинская. - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. - 80 с. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/102916.html>

2. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / О. С. Звягинцева, Д. С. Кенина, О. Н. Бабкина, А. П. Исаенко. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. - 132 с. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/109384.html>

8.2. Дополнительная литература:

1. Васильева, Е. Ю. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Васильева, Н. В. Сергиевская. - Москва : МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020. - 44 с. - ISBN 978-5-7264-2126-1. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/101795.html>

2. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 144 с. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/39000.html>

3. Дорофеева, Л. И. Менеджмент : учебник / Л. И. Дорофеева. - Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. - 514 с. - ISBN 978-5-4497-1331-5. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/110571.html>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

- Антитеррористическая комиссия Ставропольского края <http://www.atk26.ru>
- Библейские истории в шедеврах мирового искусства <http://biblegroups.predanie.ru/kurs/>;
- ГБУК «СКУНБ им. М.Ю.Лермонтова» <http://www.skunb.ru>
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://schoolcollection.edu.ru/>
- Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>
- Наука и образование против террора <http://scienceport.ru>
- Национальный центр противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет <http://нцпдти.рф>

- Научная электронная библиотека – полнотекстовые журналы на русском и иностранных языках <http://www.edu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://www.elibrary.ru/>
- Электронная библиотека ИДНК <https://idnk.ru/idnk-segodnya/biblioteka.html>
- Электронно – библиотечная система «ЭБС IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>
- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <http://minobrnauki.gov.ru>
- Федеральный портал «Российское образование» www.elibrary.ru

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- Microsoft Server Open License, лицензия № 43817628 от 18.04.2008 (бессрочно)
- Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)
- ООО «Консультант Плюс-СК», договор № 67662 от 21.06.2021 (сроком на 1 год)
- Radmin 3, договор № 1546 от 22.10.2018 (бессрочно)
- Radmin 3, договор № 1719 от 20.11.2018 (бессрочно)
- Платформа ВКР-ВУЗ, лицензионный договор № 7874/21 от 26.03.2021 (сроком на 1 год)
- Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX, договор № SIO-932/2020 от 13.11.2020, договор № SIO-932/2021 от 08.11.2021 (сроком на 1 год)
- Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы», лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017 (бессрочно)
- Foxit PDF Reader (свободно распространяемое программное обеспечение)
- Яндекс.Браузер (свободно распространяемое программное обеспечение)

8.5. Перечень профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

- AUP.Ru: информационно-методический интернет-ресурсы по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии - <http://www.aup.ru/>
- Economicus.Ru : портал по экономическим дисциплинам- <http://economicus.ru/>
- Энциклопедия маркетинга : статьи, книги - <http://www.marketing.spb.ru/>
- РосБизнесКонсалтинг (РБК) - <https://kavkaz.rbc.ru/>
- Корпоративный менеджмент : аналитические статьи, книги и курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий - <https://www.cfin.ru/>
- Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал - <http://ecsocman.hse.ru/docs/16000047/index.html>
- Бухгалтерский учет и налоги - <http://businessuchet.ru/>
- IE: Экономика. Институциональная экономика : отечественные и переводные материалы учебно-методического характера по экономической теории - <http://institutional.narod.ru/>
- Финансы.ru: экономические новости, актуальные публикации по экономике и финансам, методические пособия, лекции, тщательно отобранные рефераты, конспекты, переводы,

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1 Общие методические указания по изучению курса:

Методические указания для усвоения лекционного материала

При изучении дисциплины обучающиеся знакомятся с темами курса в соответствии с учебно-тематическим планом на занятиях лекционного и семинарского типа. Во время проведения занятий используются мультимедийные материалы; на основании пройденного теоретического материала и индивидуального изучения литературы по тематическим планам обучающиеся самостоятельно изучают указанные темы, выполняются практические задания; в качестве научно-исследовательской работы обучающиеся выполняют доклады (и иные работы) по утвержденным или рекомендованным темам; завершающим этапом изучения программы курса является повторение и закрепление пройденного материала в виде контроля остаточных знаний, тестирования, подготовки к промежуточной аттестации.

При подготовке к занятиям семинарского типа (практическим занятиям) обучающийся должен начинать подготовку с литературы, отражающей концепцию дисциплины (модуля).

Эффективность освоения дисциплины обучающимися самостоятельно связана с изучением основной, специальной литературы и нормативно-правовых актов, а также подготовкой письменных работ.

При работе с литературой и выполнении заданий обучающимися целесообразно пользоваться фондами электронно-библиотечной системы - <http://www.iprbookshop.ru/>, фондами библиотеки вуза, Интернет-ресурсами.

Работа обучающихся на практических занятиях (занятиях семинарского типа) предполагает достижение учебных и воспитательных целей: помочь обучающимся овладеть необходимыми теоретическими знаниями, сформировать и закрепить практические умения и навыки; способствовать формированию активной жизненной и гражданской позиции студенчества, их ценностных ориентаций, в том числе, профессиональных.

Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям:

Коммуникационный менеджмент	Коммуникационная политика
Репутация	Общественное мнение
Стратегии симметричного управления	Результативность коммуникаций
Границы управления коммуникациями	Публичные мероприятия
Коммуникационный процесс	Коммуникативная безопасность

Методические указания по выполнению занятий семинарского типа
(практических занятий)

Изучение рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстами нормативных документов и др. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.

Методические указания по подготовке к экзаменационной сессии

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На сессии студенты отчитываются о выполнении учебной программы по дисциплине «Коммуникационный менеджмент», об уровне и полноте полученных знаний. На сессии студенты сдают зачет. Зачет по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» проводится без дифференцированной отметкой, с записью «зачтено» в зачетной книжке.

Начинать повторение учебного материала рекомендуется за месяц-полтора до начала сессии. Приступая к нему, студенту необходимо выяснить календарные сроки проведения экзамена или зачета.

Определив сроки проведения экзамена или зачета, студента необходимо обеспечить себя вопросами к зачету или экзамену. В основу повторения пройденного материала должна быть положена только рабочая программа изучаемой дисциплины. При повторении не следует механически заучивать вопросы по билетам прошлого года, так как это нарушает систему знаний и ведет к обыкновенному «натаскиванию». Повторение пройденного материала по различного рода контрольным вопросам текущей аттестации также не желательно, так как приводит к пропускам и пробелам в знаниях и к недоработке иногда весьма важных разделов программы изучаемой дисциплины.

Повторение - процесс индивидуальный; каждый студент повторяет то, что для него трудно, неясно, забыто. Поэтому, прежде чем приступить к повторению, сначала рекомендуется внимательно посмотреть программу курса, установить наиболее трудные или менее усвоенные разделы и выписать их на отдельном листе.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программы дисциплины: содержание учебников, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или практических занятий, и др. Ни в коем случае нельзя ограничиваться только одним конспектом, а тем более, чужими записями. Всякого рода записи и конспекты - вещи сугубо индивидуальные, понятные только автору. Готовясь по чужим записям, легко можно впасть в очень грубые заблуждения.

Само повторение рекомендуется вести по темам программы и по главам учебника. Закончив работу над темой (главой), необходимо ответить на вопросы учебника или выполнить задания, а самое лучшее - воспроизвести весь материал вслух.

Консультации, которые проводятся для студентов в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникающих трудностей. Без тщательного самостоятельного продумывания материала беседа с консультантом неизбежно будет носить «общий», поверхностный характер и не принесет нужного результата.

При подготовке к занятиям необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

9.2. Методические рекомендации к написанию контрольной работы

Контрольная работа – одна из форм самостоятельной работы при изучении студентами учебного материала. Выполнение контрольной работы преследует цель научить самостоятельно работать над учебным материалом, овладеть методами современных научных исследований, а также приучить к точному изложению своих мыслей, к умению делать определенные выводы и обобщения на основе изученного материала. Кроме того, она служит для студентов средством контроля усвоения курса. По дисциплине «Коммуникационный менеджмент» для студентов заочной формы обучения предусмотрена одна контрольная работа в форме текущего контроля успеваемости. Контрольная работа должна быть выполнена самостоятельно и должна быть правильно оформлена. Необходимо составить план контрольной работы (с указанием страниц) и список литературы. Рекомендуется перед выполнением контрольной работы ознакомиться с программой дисциплины, изучить её теоретическую часть по предлагаемому в методических указаниях списку литературы, а затем приступить к выполнению одного из 25 вариантов. Контрольная работа печатается на компьютере и оформляется на бумаге формата А4, 14 шрифтом, через 1,5 интервала. Объем печатной контрольной работы должен составлять 10-12 страниц. Страницы работы должны быть пронумерованы, к приведенным цитатам и цифровым данным должны быть сделаны ссылки.

9.3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Организация любой самостоятельной работы обучающихся включает три этапа:

- первый этап – постановка перед студентами целей, задач выполнения заданий (упражнений), разъяснения и указания по их выполнению;
- второй этап – непосредственная деятельность студентов по выполнению заданий (упражнений), решению задач;
- третий этап – подведение итогов и оценка выполнения самостоятельной работы студентов.

В ходе выполнения заданий студенты должны учиться мыслить, анализировать задания, учитывать условия, ставить задачи, решать возникающие проблемы.

В организации творческой деятельности студентов преподавателю могут помочь новые информационные технологии.

При распределении видов заданий СР рекомендуется использовать дифференцированный подход к студентам.

Перед выполнением СР преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки.

В процессе инструктажа преподаватель предупреждает студентов о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет времени, отведенного на изучение дисциплины.

Самостоятельная работа может выполняться индивидуально или группами студентов, в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и может проходить в письменной или устной форме, с предоставлением продукта творческой деятельности.

Критериями оценки результатов СР являются:

- уровень усвоения учебного материала;
- умение студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;

- сформированность общепрофессиональной и профессиональной компетенций;
- логичность и четкость изложения ответов;
- оформление письменных материалов в соответствии с требованиями.

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную работу (работа на лекциях, семинарах) и самостоятельную работу обучающегося (подготовка обучающегося к лекциям, семинарам, коллоквиумам, экзамену).

На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Работа на занятиях семинарского типа заключается в выполнении обучающихся под руководством преподавателя комплекса учебных заданий, направленных на усвоение научно-теоретических основ учебного предмета, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных технологий. Выполнения практической работы студенты производят в письменном виде. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде.

Семинары способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов

Формы самостоятельной работы:

- Ознакомление и работа с «ЭБС IPRbooks».
- Подготовка к семинару.
- Подготовка к собеседованию.
- Подготовка и написание реферата/доклада.
- Подготовка к экзамену.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При реализации преподавания дисциплины в Институте предусмотрено наличие материально-технической базы, соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения

Учебная аудитория для занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд.204)

Специализированная учебная мебель:

стол на 2 посадочных места (20 шт.),

стул (40 шт.),

стол преподавателя (1шт.),

кафедра для чтения лекций (1шт.),

доска меловая (1шт.),

экспозиционная витрина (1 шт.).

ТСО: ноутбук Lenovo с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации,

видеопроекционное оборудование – проектор EPSON и экран.

Наборы учебно-наглядных пособий:

схемы, рисунки, презентация по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» на флеш-носителях.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Server Open License (лицензия № 43817628 от 18.04.2008 бессрочно)
Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)
Консультант плюс - договор № 62794 от 18. 06.2020 г. (сроком на 1 год)
Radmin 3 - договор № 1546 от 22.10.18 г. (бессрочно)
Radmin 3 - договор № 1719 от 20.11.18 г. (бессрочно)
Система антиплагиат ВКР-ВУЗ - договор № 6604/20 от 26.03.2020 г (сроком на 1 год)
Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX - договор № SIO-932/2019 от 15.11.2019г. (сроком на 1 год)
Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы» - лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017г. (бессрочно)

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (**ауд.207**)

Специализированная учебная мебель:

стол на 2 посадочных места (10 шт.),

стул (20 шт.),

стол преподавателя (1шт.),

доска меловая (1шт.).

ТСО: ноутбук Lenovo с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации,
видеопроекционное оборудование – проектор EPSON и экран.

Наборы учебно-наглядных пособий:

схемы, рисунки, презентация по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» на флеш-носителях

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Server Open License (лицензия № 43817628 от 18.04.2008 бессрочно)
Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)
Консультант плюс - договор № 62794 от 18. 06.2020 г. (сроком на 1 год)
Radmin 3 - договор № 1546 от 22.10.18 г. (бессрочно)
Radmin 3 - договор № 1719 от 20.11.18 г. (бессрочно)
Система антиплагиат ВКР-ВУЗ - договор № 6604/20 от 26.03.2020 г (сроком на 1 год)
Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX - договор № SIO-932/2019 от 15.11.2019г. (сроком на 1 год)
Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы» - лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017г. (бессрочно)

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (**ауд.206**)

Специализированная учебная мебель:

стол на 2 посадочных места (10шт.),

стул (20 шт.).

ТСО: автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Server Open License (лицензия № 43817628 от 18.04.2008 бессрочно)
Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)
Консультант плюс - договор № 62794 от 18. 06.2020 г. (сроком на 1 год)
Radmin 3 - договор № 1546 от 22.10.18 г. (бессрочно)
Radmin 3 - договор № 1719 от 20.11.18 г. (бессрочно)

Система антиплагиат ВКР-ВУЗ - договор № 6604/20 от 26.03.2020 г (сроком на 1 год)
Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX - договор № SIO-932/2019 от 15.11.2019г. (сроком на 1 год)
Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы» - лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017г. (бессрочно)

Помещение для самостоятельной работы обучающихся: читальный зал (**ауд.210**)

Специализированная учебная мебель:

стол на 2 посадочных места (10шт.),

стул (20 шт.),

стол преподавателя (1шт.),

стеллаж книжный (7шт.).

ТСО: автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, и специализированным программным обеспечением для блокировки сайтов экстремистского содержания (6шт.), принтер (1шт.).

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Server Open License (лицензия № 43817628 от 18.04.2008 бессрочно)

Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)

Консультант плюс - договор № 62794 от 18. 06.2020 г. (сроком на 1 год)

Radmin 3 - договор № 1546 от 22.10.18 г. (бессрочно)

Radmin 3 - договор № 1719 от 20.11.18 г. (бессрочно)

Система антиплагиат ВКР-ВУЗ - договор № 6604/20 от 26.03.2020 г (сроком на 1 год)

Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX - договор № SIO-932/2019 от 15.11.2019г. (сроком на 1 год)

Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы» - лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017г. (бессрочно)

11. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Лекции (аудиторные, внеаудиторные),

заслушивание докладов (рефератов), их обсуждение,

практические занятия,

разбор конкретных правовых коллизий,

индивидуальные консультации, самостоятельная работа обучающегося.

- семинары, вебинары,

- круглые столы и и.п.;

- самостоятельная работа обучающихся, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим/лабораторным занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

12. ОСОБЕННОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЙ ОБУЧАЮЩИМИСЯ - ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Особые условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее студентами с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Закона РФ от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закона РФ от 24.11.1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- Приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- приказа Министерства образования и науки РФ от 14.06.2013г. № 464 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- приказа Министерства образования и науки РФ от 16 августа 2013 г. № 968 «Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утв. Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

- Локальные акты ИДНК.

Под специальными условиями для получения образования студентами с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких студентов, включающие в себя использование адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего студентам необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ студентами с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение лиц организовано как инклюзивно, так и в отдельных группах.

Для незрячих и слабовидящих: весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

Для слабовидящих студентов обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; при необходимости предоставляется увеличивающее устройство (например, видеоувеличитель электронный ручной, или иное).

Для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи: обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (система

информационная для слабослышащих переносная), при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

Перед началом обучения проводятся консультативные занятия, позволяющие студентам с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу

Для обеспечения доступности образования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может применяться адаптированная форма обучения с элементами дистанционного обучения. Целью обучения является предоставление обучающимся возможности освоения образовательных программ непосредственно по месту жительства или временного их пребывания. При обучении, с элементами дистанционного, ведущий преподаватель осуществляет учебно-методическую помощь студентам через консультации с использованием средств Интернет-технологий.