

Приложение № 6 к ОПОП высшего образования, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) программы прикладного бакалавриата «Управление человеческими ресурсами»

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
НИЖЕГОРОДСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.01 «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы прикладного бакалавриата «**Управление человеческими ресурсами**»

Формы обучения: очная, заочная  
Виды профессиональной деятельности: организационно-управленческая  
Учебный год: 2018/2019



Нижегород 2018

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(АНО ВО МГЭУ)  
НИЖЕГОРОДСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)



УТВЕРЖДАЮ  
Директор НИ (ф) АНО ВО МГЭУ  
Е.Б. Жбаков

«06» июля 2018г

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.01 «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы  
прикладного бакалавриата «**Управление человеческими ресурсами**»

Формы обучения: очная, заочная  
Виды профессиональной деятельности: организационно-управленческая  
Учебный год: 2018/2019

Нижний Новгород 2018

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7 (зарегистрировано в Минюсте России 9 февраля 2016 г. регистрационный № 41028) с изменениями и дополнениями приказа Минобрнауки России от 20.06.16 № 444

- Приказом 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»;

- учебными планами (очной и заочной форм обучения) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) программы «Управление человеческими ресурсами».

Рабочая программа дисциплины «Коммуникационный менеджмент». – Нижний Новгород: НИ(Ф) МГЭУ, 2018. – 40 с.

Разработчик:

Доцент кафедры  
менеджмента НИ(Ф) АНО  
ВО МГЭУ, к.в.н., доцент

*Должность, ученая  
степень, ученое звание*



*подпись*

М.И. Титков

*И.О. Фамилия*

Рецензент:

Заведующий кафедрой  
менеджмента АНО ВО  
МГЭУ к.э.н., доцент

*Должность, ученая  
степень, ученое звание*




*подпись*

С.А. Голубцов

*И.О. Фамилия*

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры менеджмента (протокол от 04.07.2018 № 12).

Заведующий кафедрой менеджмента к.э.н., доцент \_\_\_\_\_  В.И. Тимоненков

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи обучения по дисциплине .....	5
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	6
4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебной работы) и на самостоятельную работу обучающихся .....	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	8
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	15
7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	15
7.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	16
7.2.Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	16
7.3.Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	18
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	28
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	28
10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины .....	29
10.1.Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины «Коммуникационный менеджмент» .....	29
10.2.Методические рекомендации для обучающихся по самостоятельной работе по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» .....	31
11. Перечень информационных технологий используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем. ....	35
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	36
13. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).....	34

## 1. Цели и задачи обучения по дисциплине

**Цель** обучения по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» – формирование у обучающихся целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

**Задачи** изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент»:

- определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;
- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;
- рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций;
- выявление значимых агентов внешней среды и разработка сообщений с целью формирования позитивного мнения об организации;
- поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов;
- исследование особенностей формирования имиджа менеджера и корпорации (организации);
- разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» направлен на формирование у обучающихся по программе высшего образования – программе бакалавриата – по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Управление человеческими ресурсами» профессиональных компетенций ОК-4; ПК-2.

<b>Код и описание компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»</b>
<b>ОК-4</b> способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<b>Знает:</b> основные виды коммуникационного воздействия в устной и письменной формах на русском и иностранном языках
	<b>Умеет:</b> осуществлять эффективные внутренние и внешние коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
	<b>Владет:</b> базовыми навыками коммуникационного взаимодействия в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
<b>ПК-2</b> владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и	<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные этапы и виды коммуникаций;</li><li>- структуру процесса коммуникации;</li><li>- функции и принципы общения;</li><li>- основные законы психологии</li></ul>
	<b>Умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения;</li></ul>

организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	- анализировать процессы коммуникации в организации и выявлять области их улучшения
	<b>Владеет:</b> - приёмами общения и контролирования коммуникации; - навыками налаживания внешних и внутренних коммуникаций в организации

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.04 «Коммуникационный менеджмент» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули) по выбору» программы бакалавриата. Дисциплина базируется на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении таких дисциплин как «Основы конфликтологии», «Современные технологии управления человеческими ресурсами», «Психология управления персоналом», «Управление персоналом», «Информационные системы в управлении человеческими ресурсами».

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами», «Корпоративная социальная ответственность». В качестве промежуточной аттестации по дисциплине предусмотрен зачет в 5 семестре и экзамен в 6 семестре для обучающихся очной формы обучения; экзамен в 7 семестре (4 курс) для обучающихся заочной формы обучения, который входит в общую трудоемкость дисциплины.

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ОК-4, ПК-2 определяется в период государственной итоговой аттестации.

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебной работы) и на самостоятельную работу обучающихся

Согласно учебным планам общая трудоемкость дисциплины «Коммуникационный менеджмент» составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		5	6
<b>Контактная работа* (аудиторные занятия) всего, в том числе:</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	<b>72</b>
Лекции	54	18	36
Практические занятия (ПЗ)	54	18	36
<b>Самостоятельная работа*:</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>
<b>Форма промежуточной аттестации – зачёт</b>	+	+	-
<b>- экзамен</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>36</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>252</b>	<b>108</b>	<b>144</b>

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		7
<b>Контактная работа* (аудиторные занятия) всего, в том числе:</b>	<b>28</b>	<b>28</b>
Лекции	8	8
Практические занятия (ПЗ)	20	20

<b>Самостоятельная работа*:</b>	<b>215</b>	<b>215</b>
<b>Промежуточной аттестации – экзамен</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>252</b>	<b>252</b>

\* для обучающихся по индивидуальному учебному плану количество часов контактной и самостоятельной работы устанавливается индивидуальным учебным планом<sup>1</sup>

Дисциплина реализуется посредством проведения учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) и промежуточной аттестации обучающихся. В соответствии с рабочей программой и тематическим планом изучение дисциплины проходит в форме контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся. При реализации дисциплины предусмотрена аудиторная контактная работа и внеаудиторная контактная работа, посредством электронной информационно-образовательной среды. Учебный процесс в аудитории осуществляется в форме лекций и практических занятий. В лекциях раскрываются основные темы изучаемого курса, которые входят в рабочую программу. На практических занятиях более подробно изучается программный материал в плоскости отработки практических умений и навыков и усвоения тем.

## **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

### **5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий**

#### **Тематический план для очной формы обучения**

№	Наименование темы	Количество часов по учебному плану	Количество аудиторных часов	Из них, час		Самостоятельная работа	Формируемые компетенции
				Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Семестр 5</b>							
<b>Раздел 1. Методология коммуникационного менеджмента</b>							
1	Тема 1. Методология коммуникационного менеджмента	14	4	2	2	10	ОК-4 ПК-2
2	Тема 2. Коммуникации и структуры коммуникационных сред	14	4	2	2	10	ПК-2
3	Тема 3. Общение как база коммуникационного менеджмента	22	8	4	4/4*	14	ОК-4 ПК-2
4	Тема 4. Коммуникации и информационные ресурсы	22	8	4	4	14	ОК-4

<sup>1</sup>Примечание:

для обучающихся по индивидуальному учебному плану - учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (в том числе при ускоренном обучении, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов).

5	Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций	14	4	2/2*	2/2*	10	ОК-4
6	Тема 6. Коммуникации в процессе формирования организационной культуры	22	8	4/4*	4	14	ОК-4 ПК-2
	<b>Промежуточная аттестация по дисциплине – Зачёт</b>						ОК-4 ПК-2
	<b>Итого по 5 семестру</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	<b>18/6*</b>	<b>18/6*</b>	<b>72</b>	
<b>Семестр 6</b>							
<b>Раздел 2. Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности</b>							
7	Тема 7. Формирование и развитие связей со СМИ	12	8	4	4/4*	4	ОК-4 ПК-2
8	Тема 8. Взаимодействие с органами государственной власти и управления (GR-коммуникации)	12	8	4/4*	4	4	ОК-4 ПК-2
9	Тема 9. Управление внутрифирменными коммуникациями	12	8	4	4	4	ОК-4 ПК-2
<b>Раздел 3. Технологии коммуникационного менеджмента</b>							
10	Тема 10. Коммуникации в процессе формирования общественного мнения	12	8	4	4	4	ОК-4 ПК-2
11	Тема 11. Конструирование имиджа организации	12	8	4	4	4	ОК-4 ПК-2
12	Тема 12. «Черный PR как средство формирования общественного мнения	12	8	4	4	4	ОК-4
13	Тема 13. Управление слухами в организации	12	8	4	4/4*	4	ПК-2
14	Тема 14. Антикризисный коммуникационный менеджмент	12	8	4	4	4	ОК-4 ПК-2
15	Тема 15. Управление маркетинговыми коммуникациями	12	8	4/4*	4	4	ОК-4
	<b>Промежуточная аттестация по дисциплине – Экзамен</b>	<b>36</b>					ОК-4 ПК-2
	<b>Итого по 6 семестру</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>36/8*</b>	<b>36/8*</b>	<b>36</b>	
	<b>Итого по семестру 5 и 6</b>	<b>252</b>	<b>108</b>	<b>54/14*</b>	<b>54/12*</b>	<b>108</b>	

\* часы занятий, проводимые в активной и интерактивной форме



**Формы учебных занятий с использованием активных и интерактивных технологий обучения**

№	Наименование разделов (тем), в которых используются активные и/или интерактивные образовательные технологии	Образовательные технологии
1	Практическое занятие Тема 3. Общение как база коммуникационного менеджмента	<i>Разбор конкретных ситуаций</i> (описание конкретных экономических ситуаций, при разборе которых обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблемы, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них)
2	Лекция Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций	<i>Интерактивная лекция</i> (представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией с применением следующей активной формы обучения – демонстрация слайдов или учебных фильмов)
3	Практическое занятие Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций	<i>Разбор конкретных ситуаций</i> (описание конкретных экономических ситуаций, при разборе которых обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблемы, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них)
4	Лекция Тема 6. Коммуникации в процессе формирования организационной культуры	<i>Интерактивная лекция</i> (представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией с применением следующей активной формы обучения – демонстрация слайдов или учебных фильмов)
5	Практическое занятие Тема 7. Формирование и развитие связей со СМИ	<i>Деловая игра</i> — метод имитации принятия решений руководящих работников или специалистов в различных производственных ситуациях, осуществляемый по заданным правилам группой людей или человеком с ПК в диалоговом режиме, при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости.
6	Лекция Тема 8. Взаимодействие с органами государственной власти и управления (GR-коммуникации)	<i>Интерактивная лекция</i> (представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией с применением следующей активной формы обучения – демонстрация слайдов или учебных фильмов)
7	Практическое занятие Тема 13. Управление слухами в организации	<i>Разбор конкретных ситуаций</i> (описание конкретных экономических ситуаций, при разборе которых обучающиеся должны проанализировать ситуацию,

		разобраться в сути проблемы, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них)
8	Лекция Тема 15. Управление маркетинговыми коммуникациями	<i>Интерактивная лекция</i> (представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией с применением следующей активной формы обучения – демонстрация слайдов или учебных фильмов)

### Тематический план для заочной формы обучения

№	Наименование темы	Количество часов по учебному плану	Количество аудиторных часов	Из них, час		Самостоятельная работа	Формируемые компетенции
				Лекции	Практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Раздел 1. Методология коммуникационного менеджмента</b>							
1	Тема 1. Сущность и ключевые категории коммуникационного менеджмента	16	2	1	1	14	ОК-4 ПК-2
2	Тема 2. Коммуникации и структуры коммуникационных сред	16	1	-	1	15	ПК-2
3	Тема 3. Общение как база коммуникационного менеджмента	16	2	1	1/1*	14	ОК-4 ПК-2
4	Тема 4. Коммуникации и информационные ресурсы	16	2	-	1	15	ОК-4
5	Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций	17	3	1/1*	2/2*	14	ОК-4
6	Тема 6. Коммуникации в процессе формирования организационной культуры	16	2	-	2/2*	14	ОК-4 ПК-2
<b>Раздел 2. Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности</b>							
7	Тема 7. Формирование и развитие связей со СМИ	16	2	-	1/1*	15	ОК-4 ПК-2
8	Тема 8. Взаимодействие с органами государственной власти и управления (GR-коммуникации)	17	2	1	1	15	ОК-4 ПК-2
9	Тема 9. Управление внутрифирменными коммуникациями	16	2	-	2	14	ОК-4 ПК-2
<b>Раздел 3. Технологии коммуникационного менеджмента</b>							
10	Тема 10. Коммуникации в процессе формирования общественного мнения	17	2	1	1	15	ОК-4 ПК-2

11	Тема 11. Конструирование имиджа организации	16	2	1	1	14	ОК-4 ПК-2
12	Тема 12. «Черный» PR как средство формирования общественного мнения	16	1	-	1	15	ОК-4
13	Тема 13. Управление слухами в организации	16	2	-	2	14	ПК-2
14	Тема 14. Антикризисный коммуникационный менеджмент	16	2	1	1	14	ОК-4 ПК-2
15	Тема 15. Управление маркетинговыми коммуникациями	16	2	1/1*	2	13	ОК-4
	<b>Промежуточная аттестация по дисциплине – Экзамен</b>	<b>9</b>					ОК-4 ПК-2
	<b>Итого</b>	<b>252</b>	<b>28</b>	<b>8/2*</b>	<b>20/6*</b>	<b>215</b>	

\* часы занятий, проводимые в активной и интерактивной форме

### Формы учебных занятий с использованием активных и интерактивных технологий обучения

№	Наименование разделов (тем), в которых используются активные и/или интерактивные образовательные технологии	Образовательные технологии
1	Практическое занятие Тема 3. Общение как база коммуникационного менеджмента	<i>Разбор конкретных ситуаций</i> (описание конкретных экономических ситуаций, при разборе которых обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблемы, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них)
2	Лекция Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций	<i>Интерактивная лекция</i> (представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией с применением следующей активной формы обучения – демонстрация слайдов или учебных фильмов)
3	Практическое занятие Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций	<i>Разбор конкретных ситуаций</i> (описание конкретных экономических ситуаций, при разборе которых обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблемы, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них)
4	Практическое занятие Тема 7. Формирование и развитие связей со СМИ	<i>Деловая игра</i> — метод имитации принятия решений руководящих работников или специалистов в различных производственных ситуациях, осуществляемый по заданным правилам группой людей или человеком с ПК в диалоговом

		режиме, при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости.
5	Лекция Тема 15. Управление маркетинговыми коммуникациями	<i>Интерактивная лекция</i> (представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией с применением следующей активной формы обучения – демонстрация слайдов или учебных фильмов)

## **5.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Раздел 1. Методология коммуникационного менеджмента**

#### **Тема 1. Сущность и ключевые категории коммуникационного менеджмента (ОК-4, ПК-2)**

Определение коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявления альтернатив по решению целей; стратегическое планирование; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль результатов; сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов. Коммуникационные потребности сотрудников. Коммуникационные перегрузки.\*

#### **Тема 2. Коммуникации и структуры коммуникационных сред(ПК-2)**

Определение коммуникативного процесса как процесса взаимодействия между различными субъектами коммуникации, при котором осуществляется обмен информацией. Базовые элементы коммуникационного процесса: отправитель, сообщение, коммуникационный канал, получатель. Этапы коммуникативного процесса: формирование сообщения, передача, прием, расшифровка, использование информации. Кодирование и декодирование информации.\* Виды коммуникаций в организациях. Коммуникационные сети и их разновидности.

#### **Тема 3. Общение как база коммуникационного менеджмента(ОК-4, ПК-2)**

Общение как социально-психологическая категория. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления. Основные требования к общению. Основные коммуникативные навыки.\* Коммуникативная культура. Показатели культуры речи. Виды общения в организациях. Деловая беседа, деловое совещание, публичное выступление, спор, деловая переписка, деловые переговоры. Особенности различных видов делового общения. Способы управления деловым общением: заражение, подражание, внушение, убеждение, принуждение и их характеристики.

#### **Тема 4. Коммуникации и информационные ресурсы (ОК-4)**

Информация как основной элемент коммуникативных систем. Производство и потребление информации. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем. Виды и состав информационных ресурсов. Базовый набор классификационных признаков информационных ресурсов. Государственные информационные ресурсы. Управление информационными ресурсами в организации. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации. Коммуникации и средства массовой информации. Информационные войны.\*

\*Темы, предназначенные для самостоятельного изучения (относится к п. 5.2)

#### **Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций (ОК-4)**

Связи с общественностью (*PublicRelation*) как функция коммуникационного менеджмента. Основная цель осуществления PR-деятельности в организации. Подходы к определению PR. Основные принципы PR-деятельности. Функции PR. Связи с общественностью и пропаганда. Внутренняя и внешняя общественность организации. Контактные аудитории в сфере PR. Связи с общественностью в системе маркетинговой деятельности организации. Становление и развитие PR-деятельности.\* PR в России: становление и современное состояние.\* PR-инструментарий.

#### **Тема 6. Коммуникации в процессе формирования организационной культуры (ОК-4, ПК-2)**

Понятие организационной культуры. Организационная культура и ее составляющие: базовые принципы; ценностные ориентации сотрудников; символика (фирменный стиль, история, мифы, легенды). Внешняя и внутренняя корпоративная культура, их основные признаки. Корпоративные отношения. Факторы, способствующие формированию корпоративных отношений.\* Корпоративные стандарты как часть корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры.

### **Раздел 2. Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности**

#### **Тема 7. Формирование и развитие связей со СМИ (ОК-4, ПК-2)**

Содержание деятельности по формированию отношений с прессой. Виды материалов для прессы: пресс-релиз, бэкграунд, пресс-кит, авторская статья, обзорная статья, форма «вопрос-ответ». Информационный повод.\* Структура информационных материалов. Брифинги и пресс-конференции: подготовка и порядок проведения. Интервью: виды, подготовка, порядок проведения.

#### **Тема 8. Взаимодействие с органами государственной власти и управления (GR-коммуникации) (ОК-4, ПК-2)**

Сущность и основные подходы к формированию отношений с органами государственной власти и управления (*GovernmentRelations – GR*). Лоббизм. Частно-государственное партнерство. Корпоративная социальная ответственность. Формирование неформальных отношений с представителями органов власти и управления. Цели и задачи GR. Современный GR как отражение социально-экономической действительности. Технологии и инструментарий GR. Принципы формирования взаимовыгодных отношений организаций с представителями государственной власти и управления.

#### **Тема 9. Управление внутрифирменными коммуникациями (ОК-4, ПК-2)**

Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров. Источники отбора персонала: внешний и внутренний, их достоинства и недостатки. Порядок обработки обращений претендентов на вакантные должности. Порядок найма персонала. Разновидности трудового договора (контракта). Правила внутреннего распорядка предприятия. Понятие адаптации. Порядок адаптации новых сотрудников.\* Виды адаптации: трудовая и социальная и их особенности. Коммуникационные перегрузки и коммуникационные потребности сотрудников.

### **Раздел 3. Технологии коммуникационного менеджмента**

#### **Тема 10. Коммуникации в процессе формирования общественного мнения(ОК-4, ПК-2)**

Общественное мнение, его понятие и структура. Концепции общественного мнения: монистическая; мажоритарная; плюралистическая. Компоненты общественного мнения: когнитивный, эмоциональный, аксиологический, поведенческий. Специфика общественного мнения. Типология и стадии развития общественного мнения. Факторы, определяющие характер и содержание общественного мнения. Элементы структуры общественного мнения. Социально-психологические свойства общественного мнения. Функции и каналы выражения общественного мнения. Манипуляция общественным мнением.\*

#### **Тема 11. Конструирование имиджа организации(ОК-4, ПК-2)**

Понятие корпоративного имиджа. Механизм воздействия имиджа на общественность. Имидж и бренд компании. Имидж и репутация. Особенности имиджа. Влияние позитивного имиджа на деятельность организации, покупателей и персонал. Типология корпоративного имиджа. Основные подходы к созданию корпоративного имиджа. Технология конструирования корпоративного имиджа. Концепция имиджа. Корпоративная философия. Этические кодексы организации. Стратегия корпоративного имиджа. Разработки корпоративных принципов и стандартов. Имиджевый контекст коммуникативных событий.\*

#### **Тема 12. «Черный» PR как средство формирования общественного мнения(ОК-4, ПК-2)**

Сущность «черного» PR. Цели и задачи «черного» PR. Признаки коммуникационных воздействий в рамках «черного» PR. Способы привлечения внимания к компании с помощью «черного» PR. Использование «черного» PR в предвыборных технологиях. Определение целевых аудиторий для проведения мероприятий в рамках «черных» PR-программ. Информационные сообщения и каналы распространения в рамках «черного» PR. Основные инструменты «черного» PR: блеф и манипуляции. Приемы манипулирования информацией.\* Методы манипулятивного воздействия в PR

#### **Тема 13. Управление слухами в организации(ОК-4, ПК-2)**

Сущность и типология слухов. Слух как разновидность неформального коммуникативного воздействия. Структура и характеристики слухов. Среда возникновения слухов. Механизмы распространения слухов. Причины возникновения и распространения слухов. Причины деформации первичной информации в организации. Слухи как инструмент адаптации человека к изменяющейся социальной среде. Применение шок-технологий в коммуникационных воздействиях на целевые аудитории.\* Способы управления слухами: игнорирование, устранение, прививка, использование.

#### **Тема 14. Антикризисный коммуникационный менеджмент (ОК-4, ПК-2)**

Сущность и основные признаки коммуникационного кризиса организации. Типология кризисных состояний организации. Понятие кризисных (чрезвычайных) PR. Эффективная стратегия оперативного коммуникационного реагирования на возникновение кризисной ситуации. Принципы действий компании в чрезвычайной ситуации. Типовые ошибки, допускаемые организациями в кризисных ситуациях. Действия организации в условиях кризиса. Профилактические меры компании, позволяющие избежать кризиса. Организация мониторинга СМИ. Мероприятия компании в условиях кризиса.\*

#### **Тема 15. Управление маркетинговыми коммуникациями(ОК-4, ПК-2)**

Комплекс маркетинговых коммуникаций и его составляющие: реклама, личные продажи, связи с общественностью, стимулирование сбыта. Элементы модели

маркетинговой коммуникации. Этапы планирования комплекса маркетинговых коммуникаций: выявление целевой аудитории; определение желаемой ответной реакции; выбор обращения; выбор средств распространения информации; выбор свойств, характеризующих источник обращения; учет потока обратной связи. Средства нетрадиционных маркетинговых коммуникаций: директ-маркетинг, брендинг, мерчандайзинг, спонсорство и благотворительность, выставки и ярмарки.\*

## **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе литературных источников и материалов, публикуемых в интернете. Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам пропущенных занятий.

Самостоятельная работа по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» включает следующие виды деятельности:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;
- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- выполнение домашней контрольной работы (решение заданий, выполнение упражнений);
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку (отдельные темы, параграфы);
- подготовка к практическим и семинарским занятиям;
- подготовка к зачету и экзамену.

№ п/п	Вид учебно-методического обеспечения
1.	Общие методические рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины «Коммуникационный менеджмент»
2.	Методические рекомендации для обучающихся по самостоятельной работе и выполнению контрольных работ по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».
3.	Контрольные задания (варианты).
4.	Тестовые задания.
5.	Вопросы к экзамену.

## **7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Порядок, определяющий процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций определен в Положении о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и

промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в АНО ВО МГЭУ и институтах (филиалах).

### **7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

**Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП** прямо связаны с местом дисциплин в образовательной программе. Каждый этап формирования компетенции, характеризуется определенными знаниями, умениями и навыками и (или) опытом профессиональной деятельности, которые оцениваются в процессе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине (практике) и в процессе государственной итоговой аттестации.

Дисциплина «Управление организационными изменениями» является промежуточным этапом формирования компетенций ОК-4, ПК-2, которые на начальном этапе формируются на таких дисциплинах как «Деловое общение», «Основы конфликтологии», «Психология управления персоналом», «Документационное обеспечение управления», далее на таких дисциплинах как «Паблик-Рилейшнз в управлении человеческими ресурсами», «Корпоративная социальная ответственность», а также в период прохождения производственной практики (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), и производственной (преддипломной) (практики для выполнения выпускной квалификационной работы) .

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ОК-4, ПК-2 определяется в период государственной итоговой аттестации.

**В процессе изучения дисциплины, компетенции также формируются поэтапно.**

Основными этапами формирования ОК-4, ПК-2 при изучении дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение студентами необходимыми дескрипторами (составляющими) компетенций.

Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень сформированности компетенций. Для оценки уровня сформированности компетенций в процессе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» предусмотрено проведение текущего контроля успеваемости по темам (разделам) дисциплины и промежуточной аттестации по дисциплине – зачет, экзамен.

### **7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

На этапе текущего контроля успеваемости показателями оценивания уровня сформированности компетенции являются результаты тестирования и выполнение контрольных работ по темам.

#### **Критерии оценки результатов тестирования и контрольных работ по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»**

<b>% верных решений (ответов)</b>	<b>Шкала оценивания</b>
41-56	5 – «Отлично»
30-40	4 – «Хорошо»
12-29	3 – «Удовлетворительно»
0-12	2 – «Неудовлетворительно»



Показателями оценивания компетенций на этапе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» являются результаты обучения по дисциплине.

<b>Показатели оценивания компетенций</b>	
<b>ОК-4</b>	
<b>Знает:</b>	основные виды коммуникационного воздействия в устной и письменной формах на русском и иностранном языках
<b>Умеет:</b>	осуществлять эффективные внутренние и внешние коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
<b>Владеет:</b>	базовыми навыками коммуникационного взаимодействия в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
<b>ПК-2</b>	
<b>Знает:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные этапы и виды коммуникаций;</li> <li>- структуру процесса коммуникации;</li> <li>- функции и принципы общения;</li> <li>- основные законы психологии</li> </ul>
<b>Умеет:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения;</li> <li>- анализировать процессы коммуникации в организации и выявлять области их улучшения</li> </ul>
<b>Владеет:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- приёмами общения и контролирования коммуникации;</li> <li>- навыками налаживания внешних и внутренних коммуникаций в организации</li> </ul>

#### **Шкала оценивания, в зависимости от уровня сформированности компетенций**

<b>Уровень сформированности компетенций</b>			
<b>«недостаточный»</b> Компетенции не сформированы.	<b>«пороговый»</b> Компетенции сформированы.	<b>«продвинутый»</b> Компетенции сформированы.	<b>«высокий»</b> Компетенции сформированы.
Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
<b>Описание критериев оценивания</b>			

<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- существенные пробелы в знаниях учебного материала;</li> <li>- допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий;</li> <li>- непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета;</li> <li>- отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;</li> <li>- отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знания теоретического материала;</li> <li>- неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов;</li> <li>- неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.</li> <li>- недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li> <li>- умение, без грубых ошибок, решать практические задания, которые следует выполнить.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;</li> <li>- твердые знания теоретического материала.</li> <li>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;</li> <li>- правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;</li> <li>- умение решать практические задания, которые следует выполнить.</li> <li>- владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li> <li>- наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;</li> <li>- полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий, в рамках обсуждаемых заданий;</li> <li>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории,</li> <li>- логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</li> <li>- умение решать практические задания.</li> <li>- свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы</li> </ul>
<b>Оценка «неудовлетворительно»</b>	<b>Оценка «удовлетворительно»</b>	<b>Оценка «хорошо»</b>	<b>Оценка «отлично»</b>

### Оценочный лист результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Уровень сформированности компетенции на данном этапе / оценка
ОК-4	
ПК-2	
Оценка по дисциплине	

Оценка по дисциплине зависит от уровня сформированности компетенций, закрепленных за дисциплиной.

«Зачтено» выставляется, если все компетенции сформированы на уровне не ниже порогового.

Оценка по дисциплине зависит от уровня сформированности компетенций, закрепленных за дисциплиной и представляет собой среднее арифметическое от выставленных оценок по отдельным результатам обучения (знания, умения, навыки).

Оценка «отлично» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 4,5 до 5,0.

Оценка «хорошо» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 3,5 до 4,4.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 3 до 3,4.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если хотя бы одна из компетенций, закреплённых за дисциплиной, сформирована на уровне ниже «порогового».

### **7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций<sup>2</sup>**

#### **Примерный комплект заданий для *текущего контроля успеваемости***

##### **Вариант 1.**

###### *1. Теоретические вопросы*

- 1.1. Сущность коммуникационного менеджмента ОК-4, ПК-2
- 1.2. Цели и задачи коммуникационного менеджмента ОК-4
- 1.3. Функции коммуникационного менеджмента на предприятии ПК-2
- 1.4. Сформулируйте основные качества менеджера по коммуникациям
- 1.5. Перечислите и охарактеризуйте основные элементы коммуникационного процесса ПК-2
- 1.6. Опишите основные этапы коммуникационного обмена ПК-2
- 1.7. Перечислите виды коммуникационных связей в организации и опишите их ПК-2
- 1.8. Коммуникационная сеть и ее разновидности ОК-4, ПК-2
- 1.9. Коммуникационные потребности и коммуникационные перегрузки сотрудников организации ОК-4, ПК-2
- 1.10. Опишите феномен «фильтрации информации» в вертикальных коммуникациях и рассмотрите его причины ПК-2

###### *2. Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы. ОК-4, ПК-2*

Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс средств коммуникаций, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?

##### **Вариант 2.**

###### *1. Теоретические вопросы*

- 1.1. Что такое общение? Какие компоненты оно в себя включает? ПК-2
- 1.2. Опишите виды коммуникационных барьеров в деловых коммуникациях. ПК-2
- 1.3. Опишите действие закона искажения смысла информации в деловых коммуникациях. ПК-2
- 1.4. Каковы мотивы человеческих взаимодействий? ПК-2
- 1.5. Что такое восприятие и каковы механизмы человеческого восприятия партнера и самого себя в процессе общения? ОК-4, ПК-2
- 1.7. Что такое коммуникативная культура? ОК-4, ПК-2

---

<sup>2</sup>Оценочные материалы в полном объеме разработаны и утверждены кафедрой, реализующей данную дисциплину, являются составной частью ОПОП.

1.8. Развитие каких социально-психологических умений способствует повышению уровня коммуникативной культуры? ОК-4, ПК-2

1.9. В каких формах осуществляется деловое общение? Каковы сферы их применения? ОК-4, ПК-2

1.10. Раскройте сущность методов управления деловым общением. ОК-4, ПК-2

2. Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы ОК-4, ПК-2

Вы – руководитель производственно-коммерческой фирмы. Перед вами стоят следующие задачи.

1. Вам следует организовать и провести совещание по результатам работы фирмы за прошедший год. Разработайте технологию проведения делового совещания.

2. На складе вашей организации скопилось большое количество нереализованной продукции. Отдел маркетинга провел исследование рынка и обнаружил в одном из регионов большую потребность в вашей продукции. Проведите переговоры с представителями торговли по реализации вашей продукции.

### Вариант 3.

1. Теоретические вопросы.

1.1. Информация как основной элемент коммуникативных систем. ПК-2

1.2. Какие виды информационных ресурсов вы знаете? Каков их состав?

1.3. Государственные информационные ресурсы.

1.4. Как осуществляется управление информационными ресурсами в организации?

1.5. Каковы основные черты информационной войны?

1.6. Опишите связи с общественностью (*PublicRelation*) как функцию коммуникационного менеджмента. ОК-4, ПК-2

1.7. Охарактеризуйте основные принципы PR-деятельности. ПК-2

1.8. Перечислите и дайте краткую характеристику основным контактным аудиториям в сфере PR. ПК-2

1.9. Каково место PR в системе маркетинговой деятельности организации? ПК-2

1.10. Опишите современный PR-инструментарий. ПК-2

2. Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы. ОК-4, ПК-2

Составьте письменное приглашение на деловую встречу, а затем разработайте план проведения деловых переговоров по поводу следующих событий.

- Заключение контракта на поставку нового вида сырья.

- Расторжение договора по причине невыполнения партнёром своих обязательств.

- Налаживание взаимовыгодного сотрудничества фирм, работающих в одной отрасли.

- Проведение совместной PR-кампании, промоушн-акции. Определите время, место, сроки ее проведения.

### Вариант 4.

1. Теоретические вопросы.

1.1. Каково содержание деятельности по формированию отношений с прессой? ОК-4, ПК-2

1.2. Опишите основные виды материалов для прессы. ПК-2

1.3. Что включает в себя подготовка брифингов и пресс-конференций? ПК-2

1.4. Опишите основные виды интервью и порядок их проведения. ОК-4, ПК-2

1.5. Каковы основные подходы к формированию отношений с органами государственной власти и управления? ОК-4, ПК-2

1.6. Каковы цели и задачи GR? ОК-4, ПК-2

1.7. Что такое лоббизм, каковы его основные черты? ОК-4, ПК-2

1.8. Какова сущность частно-государственного партнерства и корпоративной социальной ответственности как формы взаимодействия организаций с органами государственной власти и управления. ОК-4, ПК-2

1.9. Каковы цели и основные правила формирования неформальных отношений с представителями органов власти и управления. ОК-4, ПК-2

1.10. Принципы формирования взаимовыгодных отношений организаций с представителями государственной власти и управления ОК-4, ПК-2

2. *Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы.* ОК-4, ПК-2

Очень часто руководству и специалистам отделов PR-фирм и компаний различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудиториям с кратким выступлением.

Подготовьте подобное выступление по указанным поводам.

- Церемония открытия автозаправочной станции нового типа.

- Праздничный ужин по поводу юбилея компании.

- Представительский прием в честь освоения крупной компанией новой отрасли производства.

- Открытие выставки достижений фирмы промышленной отрасли.

### **Вариант 5.**

1. *Теоретические вопросы.*

1.1. Каковы особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров? ПК-2

1.2. Перечислите источники отбора персонала, их достоинства и недостатки. ПК-2

1.3. Что такое корпоративный имидж и каков механизм его воздействия на общественность организации? ПК-2

1.4. Какие типы корпоративного имиджа вы знаете? ПК-2

1.5. Опишите сущность, цели и задачи «черного» PR. ПК-2

1.6. Опишите известные вам приемы манипулирования информацией. ПК-2

1.7. Охарактеризуйте сущность слуха как разновидности неформального коммуникативного воздействия. ПК-2

1.8. Опишите механизмы распространения слухов. ПК-2

1.9. Опишите способы управления слухами: игнорирование, устранение, прививка, использование. ПК-2

1.10. Перечислите и охарактеризуйте основные виды маркетинговых коммуникаций. ПК-2

2. *Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы* ОК-4, ПК-2

В малых группах студенты составляют общий согласованный перечень позиций по каждому из пяти разделов.

1. Важные разделяемые верования и предположения.

2. Разделяемые вещи материального мира.

3. Разделяемые выражения.

4. Разделяемые действия.

5. Разделяемые мысли и чувства.

Сформулированные позиции пунктов 1-5 должны, с одной стороны, быть разделяемы большинством членов вашей группы и должны, с другой стороны, отличать вашу группу от других, ей подобных.

#### **• Типовые задания для тестирования**

## **Раздел 1. Методология коммуникационного менеджмента**

**1. ПК-2** Один из основоположников теории менеджмента А. Файоль охарактеризовал функции управления следующим образом:

- а) предвидеть;
- б) организовать;
- в) руководить;
- г) наставлять;
- д) координировать;
- е) контролировать.

Какой пункт в этом списке лишний?

**2. ПК-2** Деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой, путем реализации коммуникационной политики – это:

- а) стратегия коммуникации;
- б) коммуникационный менеджмент;
- в) коммуникационный аудит.

**3. ОК-4** Какое понятие более общее:

- а) коммуникационная политика;
- б) коммуникационный менеджмент.

**4. ОК-4** Верно ли, что коммуникационная политика включает в себя, в частности, планирование обратной связи?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**5. ПК-2** Понятие коммуникация характеризуется:

- а) передачей информации с целью получения ответа
- б) обмен информацией об идеях или переживаниях
- в) передача информации от источника во вне
- г) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

**6. ПК-2** Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:

- а) семантический барьером
- б) эмоциональным барьером
- в) отсутствие обратной связи
- г) невербальным барьером

**7. ОК-4** В практике коммуникационного менеджмента «хорошей» называется организация, которая:

- а) предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам;
- б) ведет социально одобряемую деятельность;
- в) верны оба варианта;
- г) неверен ни один из вариантов.

**8. ОК-4** В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая:

- а) производит товары и услуги, известные обществу;
- б) демонстрирует общественности организационные ценности;
- в) верны оба варианта;
- г) не верен ни один из вариантов.

**9. ОК-4 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит выработка общей коммуникативной стратегии фирмы?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**10 . ОК-4 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит участие в подготовке публичных мероприятий и заявлений, включая подготовку текстов выступлений, речей и докладов?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

## **Раздел 2. Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности**

**1. ПК-2 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит поддержка и развитие отношений с органами власти?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**2. ПК-2 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входят связи с потребителями, клиентами и партнерами, в том числе - обеспечение эффективной обратной связи, позитивного восприятия фирмы и ее деятельности?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**3. ПК-2 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит формирование и продвижение позитивного привлекательного имиджа фирмы (институциональная корпоративная реклама)?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**4. ПК-2 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит донорская деятельность фирмы?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**5. ПК-2 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит поддержка добрых отношений с местным населением, включая благоустройство, защиту окружающей среды, обеспечение безопасности, разъяснение перспектив развития фирмы?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**6. ПК-2 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит представительская деятельность?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**7. ОК-4 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит разъяснительная работа с персоналом фирмы относительно итогов и перспектив ее деятельности, проведение корпоративных акций, организация специальных образовательных проектов, программ и мероприятий?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**8. ПК-2 Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит координация всех направлений PR-деятельности фирмы и ее подразделений?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**9. ПК-2 Необходимый минимум работ для организации эффективных коммуникаций в организации включает в себя:**

- а) аналитические работы;
- б) медиарилейшнз;
- в) планирование и прогнозирование;
- г) аналитические работы и медиарилейшнз;
- д) аналитические работы и планирование;
- е) медиарилейшнз и планирование.

Выберите один вариант ответа.

**10. ПК-2 Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:**

- а) экономического;
- б) культурного;
- в) паблицитного капитала клиента.

### **Раздел 3. Технологии коммуникационного менеджмента**

**1. ОК-4 Является ли компетентность формирования концепции одним из основных профессиональных требований к менеджеру по коммуникациям?**

- а) да, является;
- б) нет, не является.

**2. ПК-2 Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи – это:**

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) паблик рилейшнз.

**5. ОК-4 Слухи относятся к:**

- а) формальной;
- б) неформальной коммуникации в организации?

**6. ОК-4 Какое понятие является более общим:**

- а) коммуникационный менеджмент;
- б) связи с общественностью.

**7. ПК-2 Верно ли, что манипулирование общественным мнением строится на базе**



**диалогических информационных потоков?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**8. ОК-4 Верно ли, что управление общественным мнением строится на базе монологических информационных потоков?**

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

**9. ОК-4В сфере антикризисных коммуникаций наиболее эффективной является:**

- а) стратегия информирования;
- б) стратегия убеждения;
- в) стратегия диалога;
- г) стратегия формирования согласия.

**10. ОК-4Для распространения монологических информационных потоков чаще всего используется:**

- а) телевидение;
- б) печать;
- в) Интернет.

#### **Примерный комплект заданий для промежуточной аттестации успеваемости**

По решению кафедры и при наличии соответствующих материалов в базе «Федерального интернет-экзамена в сфере профессионального образования.» (ФЭПО) промежуточная аттестация может проводиться в форме интернет-экзамена ФЭПО. ФЭПО представляет собой компьютерное тестирование обучающихся университета с использованием среды «Интернет» в режиме «онлайн».

Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования позволяет реализовывать диагностическую технологию внешнего оценивания компетенций на всём пути освоения содержания программ обучения, что особенно важно при реализации компетентностного подхода, основанного на формировании и развитии компетенций.

Экзамен проводится по билетам, которые включают в себя теоретические вопросы и практические задания.

Теоретические вопросы для подготовки к экзамену позволяют оценить уровень сформированности знаний, соответствующих закреплённым за дисциплиной компетенциям на данном этапе их формирования.

Практические задания для подготовки к экзамену позволяют оценить уровень сформированности умений и навыков, соответствующих закреплённым за дисциплиной компетенциям на данном этапе их формирования. Практические задания экзаменационного билета формируются из заданий, представленных в разделе оценочных материалов для текущего контроля успеваемости.

#### **Материалы и вопросы для подготовки к зачёту ОК-4, ПК-2**

➤ Структура экзаменационного билета:

1. **Теоретический вопрос.**
2. **Теоретический вопрос**

1. Понятие «коммуникация» и «коммуникации». Предмет и объект теории коммуникации. ОК-4

2. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом. ОК-4

3. Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента. ОК-4
4. Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. ПК-2
5. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство. ПК-2
6. Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности. ПК-2
7. Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п. ПК-2
8. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью. ПК-2
9. Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. ПК-2
10. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах. ПК-2
11. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом. ПК-2
12. Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров. ПК-2
13. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров. ОК-4, ПК-2
14. Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. ОК-4, ПК-2
15. Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. ОК-4, ПК-2
16. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством. ПК-2
17. Самомотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей. ПК-2
18. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникационной стратегии организации. ПК-2
19. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. ПК-2
20. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. ОК-4, ПК-2
21. Интернет как новая коммуникативная среда. ПК-2
22. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. ПК-2
23. Особенности переговорного процесса. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия. ПК-2
24. Типология корпоративного имиджа. ОК-4
25. Технология конструирования корпоративного имиджа. ПК-2

26. Сущность, цели и задачи «черного» PR ПК-2
27. Основные инструменты «черного» PR: блеф и манипуляции ОК-4
28. Сущность и типология слухов ОК-4
29. Механизмы и причины возникновения и распространения слухов ОК-4
30. Способы управления слухами ОК-4
31. Сущность, признаки и типология кризисных состояний организации ОК-4
32. Действия организации в условиях кризиса ОК-4, ПК-2
33. Комплекс маркетинговых коммуникаций и его составляющие ПК-2
34. Этапы планирования комплекса маркетинговых коммуникаций ПК-2
35. Реклама как основной элемент маркетинговых коммуникаций ПК-2

### **Материалы и вопросы для подготовки к экзамену**

#### ➤ Структура экзаменационного билета:

3. **Теоретический вопрос.**
4. **Теоретический вопрос**
5. **Практическое задание.**

#### ➤ **Вопросы к экзамену.**

##### ***Теоретические вопросы:***

1. Предмет и содержание коммуникационного менеджмента. ПК-2
2. Функции, цели и задачи коммуникационного менеджмента. ПК-2
3. Коммуникационные потребности и коммуникационные перегрузки сотрудников. ОК-4
4. Коммуникационный обмен и его элементы. ОК-4
5. Этапы коммуникативного процесса ПК-2
6. Виды коммуникаций в организациях ОК-4
7. Коммуникационные сети и их разновидности ОК-4
8. Общение как социально-психологическая категория. ПК-2
9. Коммуникативная сторона общения, виды коммуникативных барьеров. ПК-2
10. Интерактивная сторона общения, мотивы человеческих взаимодействий. ПК-2
11. Перцептивная сторона общения, механизмы восприятия. ПК-2
12. Коммуникативная культура, нравственные требования к общению. ПК-2
13. Показатели культуры речи. ОК-4
14. Виды делового общения в организациях. ОК-4
15. Способы управления деловым общением. ОК-4
16. Информация как основной элемент коммуникативных систем. ПК-2
17. Виды и состав информационных ресурсов ПК-2
18. Государственные информационные ресурсы. ПК-2
19. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации ПК-2
20. Связи с общественностью (*Public Relation*) как функция коммуникационного менеджмента. ПК-2
21. Основные цели, принципы и функции PR-деятельности ПК-2
22. Внутренняя и внешняя общественность организации ПК-2
23. PR-инструментарий ПК-2
24. Организационная культура и ее составляющие ПК-2
25. Типология корпоративной культуры ПК-2
26. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры ПК-2
27. Содержание деятельности по формированию отношений с прессой ОК-4
28. Состав и структура информационных материалов для прессы. ОК-4

29. Подготовка и порядок проведения брифингов и пресс-конференций ОК-4
30. Виды и порядок проведения интервью ОК-4
31. Сущность и основные подходы к формированию отношений с органами государственной власти и управления ОК-4
32. Цели и задачи GR. ОК-4
33. Принципы формирования взаимовыгодных отношений организаций с представителями государственной власти и управления ОК-4
34. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров ОК-4
35. Понятие адаптации. Порядок адаптации новых сотрудников ОК-4
36. Общественное мнение, его понятие и структура ОК-4
37. Концепции и компоненты общественного мнения ОК-4
38. Типология и стадии развития общественного мнения ПК-2
39. Функции и каналы выражения общественного мнения ПК-2
40. Понятие корпоративного имиджа и репутации ПК-2

### **Практические задания**

#### **Задача № 1 ОК-4, ПК-2**

Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устно, письменные, формальные, неформальные и т.п.

#### **Задача № 2 ОК-4, ПК-2**

На рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами.

Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию.

#### **Задача № 3 ОК-4, ПК-2**

Наразличного рода мероприятиях специалистам по PR выделяется время для обращения к аудитории с кратким выступлением. Подготовьте такое выступление по следующим событиям:

1. Презентация нового продукта IT-компании.
2. Церемония открытия ресторана изысканной кухни.
3. Празднование дня рождения фирмы.
4. Представительский прием иностранной делегации на заводе.

#### **Задача № 4 ОК-4, ПК-2**

Информирование общественности о проведении конкурса «Лучший фитнес-клуб города Москвы 2018г.»

Для выполнения задания необходимо:

1. Сформулировать общую цель PR-мероприятий
2. Структурировать целевые группы общественности
3. Составить план PR-мероприятий, заполняя следующую таблицу

<b>Группы общественности</b>	<b>PR- мероприятия</b>	<b>Сроки проведения</b>	<b>Планируемый результат</b>	<b>Каналы коммуникаций</b>
----------------------------------	----------------------------	-----------------------------	----------------------------------	--------------------------------


4. Спрогнозировать ожидаемый эффект PR-деятельности для все групп общественности.
5. Обосновать целесообразность проведения выбранных вами PR-мероприятий.

#### **Задача № 5 ОК-4, ПК-2**

Проанализируйте корпоративную философию компании и объясните, каким образом данная философия способствует формированию имиджа компании.

**Корпоративная философия компании UnistaffPayroll, предоставляющей услуги по расчету заработной платы в Москве:**

- стремление превзойти ожидания клиентов;
- индивидуальный подход к потребностям клиента;
- применение только передовых технологий и методик;
- создание реальных конкурентных преимуществ;
- высокая гибкость и динамика в корпоративном развитии;
- высокий профессионализм в обслуживании интересов клиента;
- использование эффективной организационной структуры;
- готовность к новым вызовам;
- признание в деловом сообществе.

### **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **а) Основная литература**

1. Горфинкель, В.Я. Коммуникации и корпоративное управление : учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. –М. :Юнити-Дана, 2015. - 129 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00923-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552>

2. Марусева, И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах: (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И.В. Марусева. –М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 214 с. : рис., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3089-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547>

#### **б) Дополнительная литература**

1. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата 4-е изд., перераб. и доп.-М.:Издательство Юрайт,2015.-344с.

2. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. – М. : ИТК, «Дашков и К°», 2015. – 488 с.

### **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

#### **а) электронные образовательные ресурсы (ЭОР):**

1. <http://www.edu.ru>– Федеральный портал «Российское образование»;

2. <http://www.window.edu.ru> – Федеральный портал «Единое окно доступа к информационным ресурсам»;
3. <http://pravo.gov.ru> – Официальный интернет- портал правовой информации;
4. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека
5. Электронное учебное пособие «Коммуникационный менеджмент» / режим доступа: <http://www.distcons.ru/modules/ManageChange/index.html>.
6. Подборка статей по теме «Коммуникационный менеджмент» на сайте «Корпоративный менеджмент» / режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/strategy/change/>
7. Основные публикации по теме «Коммуникационный менеджмент» на портале «Smart-education» / режим доступа: <http://www.smart-edu.com/temaupravlenie-izmeneniyami/>
8. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека

**б) электронно-библиотечные системы (ЭБС):**

№ п/п	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность/срок действия договора
1.	<a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС)	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет/ Договор 18491246 срок действия с 14.03.2018-13.03.2019
2.	<a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн»	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет/ Договор №042-03/2018 срок действия с 15.03.2018-18.03.2019

**в) современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

Polpred.com - Обзор СМИ <a href="https://www.polpred.com/">https://www.polpred.com/</a>	База данных с рубрикатором: 53 отрасли / 600 источников / 8 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам. Универсальная информационная база данных для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика, Психология, Юриспруденция
Бюро ванДайк (BvD) <a href="https://www.bvdinfo.com/ru">https://www.bvdinfo.com/ru</a> = <a href="https://www.bvdinfo.com/ru/home?utm_campaign=search&amp;utm_medium=cpc&amp;utm_source=google">ru/home?utm_campaign=search&amp;utm_medium=cpc&amp;utm_source=google</a>	Бюро ванДайк (BvD) публикует исчерпывающую экономическую и юридическую информацию о компаниях всего мира и России, а также бизнес-аналитику. Информационная база данных для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика.

<p>Университетская информационная система РОССИЯ  <a href="https://uisrussia.msu.ru/">https://uisrussia.msu.ru/</a></p>	<p>Тематическая электронная библиотека и база для прикладных исследований в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений, права для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика, Юриспруденция.</p>
<p>Научная электронная библиотека Elibrary  <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a></p>	<p>Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 26 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе для обучающихся по направлениям подготовки: Менеджмент, Экономика, Юриспруденция, Психология.</p>
<p>Портал Электронная библиотека: диссертации  <a href="http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/">http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/</a></p>	<p>Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций и авторефератов, находящимся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.</p>
<p>Сайт Института научной информации по общественным наукам РАН.  <a href="http://www.inion.ru">http://www.inion.ru</a></p>	<p>Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объём массивов составляет <b>более 3 млн. 500 тыс. записей</b> (данные на 1 января 2012 г.). <b>Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей.</b>  В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН.  Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки в доступе для обучающихся по направлениям подготовки: Юриспруденция, Психология, а так же по гуманитарным наукам: политология, социология, социальная психология, экономика, исторические науки, культурология, религиоведение, философия, правоведение</p>

## 10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

### 10.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Успешное овладение содержанием дисциплины «Коммуникационный менеджмент» предполагает выполнение обучаемыми ряда рекомендаций.

Необходимо ориентироваться на приобретение общекультурных, общепрофессиональных компетенций, определенных Федеральным государственным стандартом высшего профессионального образования.

Следует внимательно изучить материалы, характеризующие дисциплину и определяющие целевую установку, а также рабочую программу дисциплины, изложенные в данном методическом комплексе. Это позволит четко представлять, во-первых, круг изучаемых проблем; во-вторых, глубину их постижения.

Следует ясно представлять цель освоения учебной дисциплины. Также необходимо уметь слушать и конспектировать лекции, на которых приводятся новейшие данные науки; систематически посещать семинарские и практические занятия; отчитываться перед преподавателем за пропущенные занятия.

Необходимо готовиться и активно участвовать в интерактивных занятиях, требующих активной устной коммуникации, оцениваемой преподавателем.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки, реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий с целью формирования профессиональных навыков обучающихся. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации.

Основными видами учебной работы являются лекции, практические занятия, групповое обсуждение области применения полученных знаний в контексте специфических задач, решаемых преподавателем и обучающимися. Кроме того, важно пользоваться индивидуальными консультациями, которые осуществляет преподаватель непосредственно в процессе решения учебных задач, а также посредством электронной информационной образовательной среды ВУЗа.

В ходе **лекционных занятий** обучающимся рекомендуется:

- конспектировать учебный материал, обращая внимание на определения, раскрывающие содержание тех или иных явлений, выводы;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к **практическим занятиям** необходимо:

- ознакомиться с содержанием конспекта лекций, разделами учебников и учебных пособий, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях;
- на полях конспектов лекций делать пометки, дополняющие материал лекции, вносить добавления из литературы, рекомендованной преподавателем.

Кроме того, нужно быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении, и выполнению разноуровневых заданий различного характера.

Активное использование методов проектной работы, групповых дискуссий, просмотра и анализа учебных фильмов предполагает активное речевое участие, что требует включения мыслительной деятельности и выработки в себе навыков самостоятельной работы, критического анализа и навыков публичного выступления, участия в дискуссии с обоснованием своей позиции. Выступление должно строиться свободно, убедительно и



аргументировано. Можно обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д. Очень важно активно участвовать в дискуссии по обсуждаемым проблемам и при необходимости обращаться за консультацией к преподавателю.

Для успешного обучения необходимо иметь подборку литературы, достаточную для изучения дисциплины. Список основной литературы и источников предлагается в рабочей программе.

При этом следует иметь в виду, что нужна литература различных видов:

б) основная литература – учебники, учебные и учебно-методические пособия;

в) дополнительная литература – монографии, сборники научных статей, публикации в научных журналах;

г) справочная литература – энциклопедии, словари, тематические, терминологические справочники, раскрывающие категориально-понятийный аппарат информатики и информационных технологий;

В ходе практических занятий приобретаются навыки, необходимые для служебной деятельности экономиста. При этом используются средства современных информационных технологий для работы на персональном компьютере и в компьютерных сетях. Необходимо соблюдать правила техники безопасности и защиты информации.

## **10.2. Методические рекомендации по самостоятельной работе по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент**

Освоение содержания дисциплины предполагает самостоятельную работу по изучению определенных вопросов внутри каждой темы. Данные вопросы обозначены знаком (\*). Для успешного самостоятельного освоения обозначенных вопросов необходимо опираться на следующую литературу, которая компактно и доступно включает в себя требуемый материал:

Крылов А.Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. – М.: Издательство ИКАР, 2015.- 352 с.

Сальникова Л. С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе. Учебник для студентов вузов. – М.: Издательство:Аспект-Пресс, 2015. – 296 с.

Электронное учебное пособие «Управление организационными изменениями» / режим доступа: <http://www.distcons.ru/modules/ManageChange/index.html>.

Подборка статей по теме «Коммуникационный менеджмент» на сайте «Корпоративный менеджмент» / режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/strategy/change/>

Основные публикации по теме «Коммуникационный менеджмент» на портале «Smart-education» / режим доступа: <http://www.smart-edu.com/temaupravlenie-izmeneniyami/>

Самостоятельная работа предполагает подготовку конспекта указанной преподавателем литературы. Конспект оформляется по определенной форме.

Название источника с выходными данными

Рассматриваемая тема/проблема	Конспективный текст по теме/проблеме	страница(ы)	Вопросы к тексту по рассматриваемой теме/проблеме

Конспекты проверяются преподавателем и могут стать основой для беседы на практическом занятии или для выполнения какого-либо задания в ходе практикума.

Подобного рода работа также может предполагать подготовку реферата, доклада или сообщения, которые заслушиваются на занятии и могут служить материалом для организации групповой дискуссии и других интерактивных форм обучения.

Самоподготовка предусматривает общение с преподавателем для получения консультаций по сложным для понимания вопросам и логике их изучения. Консультации преподаватель проводит как в очной форме, так и в сетевом режиме, используя сеть Internet.

### **Методические рекомендации по самостоятельному освоению пропущенных тем дисциплины**

Преподаватель называет обучающемуся даты пропущенных занятий и количество пропущенных учебных часов.

Форма отработки обучающимся пропущенного занятия выбирается преподавателем.

На отработку занятия обучающийся должен явиться согласно расписанию консультативных часов преподавателя, которое имеется на кафедре.

При себе обучающийся должен иметь: выданное ему задание и отчет по его выполнению.

Отработка обучающимся *пропущенных лекций* проводится в следующих формах:

- 1) самостоятельное написание обучающимся краткого реферата по теме пропущенной лекции с последующим собеседованием с преподавателем;
- 2) самостоятельное написание обучающимся конспекта лекции с последующим собеседованием с преподавателем.

Как правило, отработка пропущенной лекции должна быть осуществлена до рубежного тестирования по соответствующей теме учебной программы.

Отработка обучающимся пропущенного *практического занятия* проводится в следующей форме: самостоятельная работа обучающимся над вопросами *практического задания* кратким их конспектированием или схематизацией с последующим собеседованием с преподавателем.

Если пропущено *практическое занятие*, то оно отрабатывается одним из следующих способов:

- обучающийся посещает практическое занятие по этой же теме со студентами другой учебной группы,
- обучающийся приходит на практическое занятие по пропущенной теме в специально выделенное для этого время; он самостоятельно выполняет практическую работу и отвечает на вопросы преподавателя.

Пропущенные практические занятия должны отрабатываться своевременно, до рубежного контроля (контрольная аттестация) по соответствующему разделу учебной дисциплины.

Преподаватель, согласно графику консультативных часов, принимает отработку пропущенного занятия у обучающегося, делает соответствующую отметку. Отработка засчитывается, если обучающийся демонстрирует зачетный уровень теоретической осведомленности по пропущенному материалу. Обучающемуся, получившему незачетную оценку, отработка не засчитывается.

Зачетный уровень теоретической осведомленности заключается в том, что обучающийся свободно оперирует терминологией, которая рассматривалась на занятии, которое подлежит отработке, отвечает развернуто на вопросы, подкрепляя материал примерами.

Обучающиеся допускаются к зачёту по дисциплине при условии отработки всех занятий, предусмотренных учебным планом данного семестра по данной дисциплине. Обучающемуся, имеющему право на свободное посещение занятий, выдается график индивидуальной работы, согласованный на кафедре и утвержденный деканом факультета.

## **11. Перечень информационных технологий используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем**

В процессе реализации образовательной программы при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» применяются следующие информационные технологии:

1. презентационные материалы (слайды по всем темам лекционных и практических занятий); видео лекции по следующим темам: № 1 «Сущность коммуникационного менеджмента», № 2 «Формирование имиджа организации», № 3 «Отношения с ключевыми группами общественности»;
2. Электронные учебники; словари; периодические издания;

### **Обучающимся МГЭУ обеспечена возможность свободного доступа в электронную информационную образовательную среду (ЭИОС).**

Электронная информационно-образовательная среда - это совокупность электронных информационных и образовательных ресурсов, информационных и телекоммуникационных технологий и средств, обеспечивающих освоение обучающимися образовательных программ. ЭИОС МГЭУ обеспечивает:

а) доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, и к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе;

б) фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

в) проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

г) формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

д) взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и/или асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

е) демонстрацию дидактических материалов дисциплины через LCD-проектор.

ж) доступ к программам текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации: «Тестер знаний» и Интернет-тренажеры в сфере образования (<http://www.i-exam.ru>).

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих

### **Программное обеспечение:**

#### **1. Ежегодно обновляемое лицензионное ПО**

MS Windows 7 Professional; MS Windows XP.

Microsoft Office 2007.

Dr. Web (версия 11.00).

#### **2. Свободно распространяемое ПО**

7-Zip

K-LiteCodecPack

AdobeReader

### **Информационно-справочные системы:**

Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Занятия, текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по данной дисциплине проводятся в учебных аудиториях для занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Данные учебные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Типовая комплектация таких аудиторий состоит из комплекта мебели для обучающихся и преподавателя, доски маркерной/для мела, инструкции пожарной безопасности, огнетушителя. Занятия лекционного типа проводятся в аудиториях, оснащённых стационарным или переносным мультимедийным оборудованием.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (презентации по темам интерактивных лекций и практических занятий), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже IntelCore i5-2100), блок управления оборудованием. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения отдельных корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение:

MS Windows 7 Professional; MS Windows XP.

MicrosoftOffice 2007.

7-Zip Свободно распространяемое ПО.

K-LiteCodecPack Свободно распространяемое ПО.

Dr. Web (версия 11.00).

AdobeReaderXI Свободно распространяемое ПО.

Типовая комплектация аудитории, оснащённой переносным мультимедийным оборудованием состоит из: комплекта мебели для обучающихся и преподавателя, доски маркерной/для мела, инструкции пожарной безопасности, огнетушителя, переносного мультимедийного (компьютерного) оборудования (ноутбука, проектора, колонок). Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение:

MSWindows 7 Professional; MSWindowsXP.

MicrosoftOffice 2007.

7-Zip Свободно распространяемое ПО.

K-LiteCodecPack Свободно распространяемое ПО.

Dr. Web (версия 11.00).

AdobeReaderXI Свободно распространяемое ПО.

Качественный и количественный состав оборудования определяется спецификой данной дисциплины и имеет своё отражение в справке о материально-техническом обеспечении

основной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата (Приложение 12)

Также предусмотрены помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Для организации **самостоятельной работы** обучающихся используется:

- библиотечный фонд вуза, расположенный по адресу: шоссе Сормовское, 20 (каб. №522);
- читальный зал, учебная аудитория для самостоятельной работы, для курсового проектирования №520.

Доска 3-х элем. меловая (1 шт.). Стол уч. м/к (3 шт.). Стол письм. дер. (8 шт.). Стол компьют. 90x72 (18 шт.). Стул «Сатурн» сер. (36 шт.). Трибуна метал. (1 шт.). Стеллаж м/к корич. 900x320x1900 (1 шт.).

**Компьютеры для обучающихся** ПК Dual-Core E5300 2.6GHZ (19 шт.) с выходом в Интернет и ЭИОС; монитор Samsung SyncMaster E1920NR (19 шт.); мышь компьютерная (19 шт.); клавиатура (19 шт.); колонки компьютерные (1 шт.); проектор Epson EB-X14G (1 шт.); экран настенный 180x180 (1 шт.).

**Программное обеспечение:** MS Windows XP, MS Office 2007 лицензия №48131620. Дата выдачи лицензии: 22.02.2011. Срок действия лицензии: бессрочно. Dr.Web (версия 11.00) лицензия №G6SS-D3BK-7TA2-XS96. Дата выдачи лицензии: 11.05.2018. Срок действия лицензии: 1 год.

Информационно-справочная система:

«КонсультантПлюс».

### **13. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При необходимости образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;

создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения практических занятий, выступления с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;

применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, - не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.,

продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

Университет устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

**ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ**  
рабочей программы дисциплины  
«Коммуникационный менеджмент»


Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры Менеджмента (протокол от 11.03.2019 №8) и одобрена на заседании Совета Института (протокол от 11.03.2019 №8) для исполнения в 2018-2019 учебном году

**Внесены дополнения (изменения):**

**в Перечень договоров ЭБС** (за период, соответствующий сроку получения образования по ООП) за 2018-2019 уч. г.:

1. Договор №18495243 на оказание услуг по предоставлению доступа к Электронно-библиотечной системе «book.ru». «КноРус медиа», г. Москва. Срок действия с «08» февраля 2019г. по «08» февраля 2020г.

2. Договор №012-01/2019 об оказании информационных услуг. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн». ООО «Современные цифровые технологии», г. Москва. Срок действия с «15» января 2019г. по «18» марта 2020г

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  В.И. Тимоненков  
(подпись, инициалы и фамилия)

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от \_\_\_\_\_ №\_\_\_\_) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от \_\_\_\_\_ №\_\_\_\_) для исполнения в 20\_\_-20\_\_ учебном году

Внесены дополнения (изменения): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(подпись, инициалы и фамилия)

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от \_\_\_\_\_ №\_\_\_\_) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от \_\_\_\_\_ №\_\_\_\_) для исполнения в 20\_\_-20\_\_ учебном году

Внесены дополнения (изменения): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(подпись, инициалы и фамилия)

ТИТКОВ МИХАИЛ ИВАНОВИЧ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ

«КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

направление подготовки  
38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы  
прикладного бакалавриата «Управление человеческими ресурсами»

Печатается в авторской редакции

Корректор

Афиногорова Е.В.

---

НИ(ф) МГЭУ, Нижний Новгород, 603074, шоссе Сормовское., д. 20