

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.18.04 Коммуникационный менеджмент

38.03.02 Менеджмент

Управление бизнесом

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является формирование у обучающихся системных знаний, практических умений и навыков в области управления коммуникациями организации для построения эффективного взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами в целях достижения ее стратегических задач.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;	ОПК-3.3 Компетентен выстраивать эффективные модели взаимодействия в профессиональной среде, в том числе в мультинациональном коллективе	знает Методы построения эффективного коммуникационного процесса, в том числе в мультинациональном коллективе умеет Выстраивать эффективные коммуникации, решать конфликтные ситуации, в том числе в мультинациональном коллективе владеет навыками Профессиональной коммуникации и взаимодействия в том числе в мультинациональном коллективе
ПК-1 Способен анализировать бизнес-среду и данные, определять масштаб работ, оценивать альтернативные решения с применением современных аналитических и коммуникационных инструментов	ПК-1.2 Способен анализировать альтернативы управленческих решений, оценивать ресурсы и эффективность, организовывать групповой выбор решения с использованием методов бизнес-анализа и коммуникативных технологий	знает умеет владеет навыками

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 2 семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Культура речи и деловое общение

Экономика Информационные технологии (Цифровые технологии в профессиональной деятельности)

Культура речи и деловое общение

Экономика Теория организации (Управленческие технологии)

Культура речи и деловое общение

Экономика Культура речи и деловое общение

Культура речи и деловое общение

ЭкономикаЦифровые технологии в профессиональной деятельности

Освоение дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Проектная работа

Производственная практика

Научно-исследовательская работа

Преддипломная практика

Экономическое сопровождение бизнеса

Управление бизнес-процессами

Бизнес-планирование (Управленческие технологии)

Экономика организации (Экономическое сопровождение бизнеса)

Маркетинг (Управленческие технологии)

ESG-трансформация (ESG модуль)

Анализ данных (Расчетно-аналитические методы и модели)

Проектная деятельность (Проектная работа)

Системный анализ в управлении (Расчетно-аналитические методы и модели)

Прогнозирование в управлении (Расчетно-аналитические методы и модели)

Риск-менеджмент (Управленческие технологии)

Разработка управленческих решений (Управленческие технологии)

Моделирование бизнес-процессов (Расчетно-аналитические методы и модели)

Основы корпоративного управления (ESG модуль)

Организационная культура (Гибкие навыки менеджера)

Цифровая трансформация бизнеса и новые бизнес-модели (Управление бизнес-процессами)

Стратегический менеджмент (Управление бизнес-процессами)

Логистика (Управление бизнес-процессами)

1С: Управление нашей фирмой

1С: Кадровое делопроизводство (Цифровые технологии в профессиональной деятельности)

Инвестиционный менеджмент (Управленческие технологии)

Экономический анализ хозяйственной деятельности (Экономическое сопровождение бизнеса)

Цифровой маркетинг и SMM (Управленческие технологии)

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

Общая трудоемкость дисциплины «Коммуникационный менеджмент» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
2	72/2	18	18		36		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	4				

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен

2	72/2			0.12			
---	------	--	--	------	--	--	--

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Коммуникационный менеджмент									
1.1.	Теоретические основы организации коммуникационных процессов компании	2	4	2	2		4		Тест, Устный опрос, Задачи	ОПК-3.3
1.2.	Деловые коммуникации: ключевые формы и механизмы	2	4	2	2		7		Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Эссе	ОПК-3.3
1.3.	Межличностные коммуникации в управлении	2	3	2	1		6		Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	ОПК-3.3
1.4.	Контрольная точка № 1	2	1		1		4	КТ 1	Контрольная работа	ОПК-3.3
1.5.	Социальные коммуникации	2	4	2	2		3		Устный опрос, Кейс-задача, Творческое задание	ОПК-3.3
1.6.	Служба по связям с общественностью	2	4	2	2		3		Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат	ОПК-3.3
1.7.	Коммуникационный менеджмент в и некоммерческих коммерческих организациях	2	3	2	1		3		Устный опрос, Деловая и/или ролевая игра	ОПК-3.3
1.8.	Контрольная работа № 2	2	1		1		2	КТ 2	Контрольная работа	ОПК-3.3
1.9.	Коммуникационные барьеры во внутренней коммуникации и пути их преодоления	2	4	2	2				Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Устный опрос	ОПК-3.3

1.10.	Современные технологии управления информационными ресурсами организаций	2	4	2	2				Устный опрос, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	ОПК-3.3
1.11.	Искусственный интеллект и коммуникации	2	3	2	1				Устный опрос, Разноуровневые задачи и задания	ОПК-3.3
1.12.	Контрольная точка № 3	2	1		1		4	КТ 3	Контрольная работа	ОПК-3.3
	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		72	18	18		36			
	Итого		72	18	18		36			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Теоретические основы организации коммуникационных процессов компании	Коммуникационный менеджмент. Понятие коммуникации и коммуникативной компетентности. Задачи и содержание коммуникаций. Классификация коммуникаций. Способы коммуникаций. Коммуникативные технологии.	2/1
Деловые коммуникации: ключевые формы и механизмы	Виды деловой коммуникации. Особенности ведения переговоров. Внешние коммуникации организации. Корпоративная культура	2/2
Межличностные коммуникации в управлении	Коммуникативная составляющая общения Деловое общение как процесс взаимодействия	2/-
Социальные коммуникации	Коммуникационные проблемы личности и социума Проблемы и противоречия социальной коммуникации в современном обществе	2/-
Служба по связям с общественностью	Статус отдела по связям с общественностью в организации. Функции отдела по связям с общественностью в организации. Содержание деятельности отдела по связям с общественностью.	2/-
Коммуникационный менеджмент в некоммерческих и коммерческих организациях	Коммуникационный менеджмент в некоммерческих организациях Коммуникационный менеджмент в коммерческих организациях	2/-
Коммуникационные барьеры во внутренней	Сравнение бизнес-моделей, целевых аудиторий и коммуникационных каналов НКО и	2/-

коммуникации и пути их преодоления	коммерческой компании. Анализ годового отчёта организации с точки зрения коммуникаций.	
Современные технологии управления информационными ресурсами организаций	Информационные ресурсы предприятия и информационные технологии Инtranет и информационный портал как средства коллективного доступа к корпоративной информации	2/-
Искусственный интеллект и коммуникации	Нейросети: добро или зло? Новые формы бизнескоммуникаций	2/-
Итого		18

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Теоретические основы организации коммуникационных процессов компании	Разбор кейсов по организационной структуре компании, чтобы выявить формальные и неформальные коммуникационные потоки. Составление схемы коммуникаций для конкретного бизнес-процесса.	Пр	2/2/-
Деловые коммуникации: ключевые формы и механизмы	Проведение деловых переговоров в ролевой игре, подготовка и презентация коммерческого предложения, написание делового письма по заданному сценарию.	Пр	2/2/-
Межличностные коммуникации в управлении	Тренинг на отработку техник активного слушания, невербального общения и обратной связи. Разбор конфликтных ситуаций в коллективе и поиск коммуникативных решений.	Пр	1/1/-
Контрольная точка № 1	Контрольная работа № 1	Пр	1/-/-
Социальные коммуникации	Анализ социальных кампаний (экологических, благотворительных). Разработка концепции простого социального проекта и его ключевого сообщения для целевой аудитории.	Пр	2/-/-
Служба по связям с общественностью	Написание пресс-релиза или подготовка плана PR-мероприятия для заданного события. Разбор удачных и неудачных PR-кейсов.	Пр	2/-/-
Коммуникационный менеджмент в некоммерческих и коммерческих организациях	Деловая игра: подготовка коммуникационной стратегии для вывода нового продукта (для коммерческой фирмы).	Пр	1/-/-
Контрольная работа № 2	Контрольная работа № 2	Пр	1/-/-

Коммуникационные барьеры во внутренней коммуникации и пути их преодоления	Диагностика барьеров на основе предложенного кейса о проблемах в коллективе. Мозговой штурм по разработке мероприятий для улучшения климата.	Пр	2/-/-
Современные технологии управления информационными ресурсами организаций	Обзор и сравнение популярных корпоративных мессенджеров Работа с шаблонами для управления проектами.	Пр	2/-/-
Искусственный интеллект и коммуникации	Практикум по использованию AI-инструментов для коммуникационных задач: генерация контента, анализ тональности текстов, чат-боты. Оценка качества и этичности полученных результатов.	Пр	1/-/-
Контрольная точка № 3	Контрольная работа № 3	Пр	1/-/-
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Изучение классических моделей коммуникаций и их применение для анализа коммуникаций в известной компании. Подготовка реферата или презентации по одной из теорий.	4
Анализ эффективности деловой переписки (на примере писем или речей). Разработка повестки дня и протокола для совещания.	7
Написание эссе на тему барьеров межличностного общения на основе личного опыта или примеров из кино/литературы. Диагностика собственного коммуникативного стиля (по тестам).	6
Контрольная работа № 1	4

Исследование роли социальных медиа в формировании общественного мнения. Мониторинг и анализ обсуждения социально значимой темы в соцсетях.	3
Сравнительный анализ PR-стратегий двух компаний из одной отрасли. Изучение кодексов профессиональной этики в PR.	3
Сравнение бизнес-моделей, целевых аудиторий и коммуникационных каналов НКО и коммерческой компании. Анализ годового отчёта организации с точки зрения коммуникаций.	3
Контрольная работа № 2	2
Изучение кейсов внедрения AI в службах поддержки, маркетинге и PR. Дискуссия (в форме эссе) о будущем профессий в сфере коммуникаций в контексте развития ИИ.	4

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Коммуникационный менеджмент».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (контрольная работа) (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Теоретические основы организации коммуникационных процессов компании. Изучение классических моделей коммуникаций и их применение для анализа коммуникаций в известной компании. Подготовка реферата или презентации по одной из теорий.	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2
2	Деловые коммуникации: ключевые формы и механизмы. Анализ эффективности деловой переписки (на примере писем или речей). Разработка повестки дня и протокола для совещания.	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2
3	Межличностные коммуникации в управлении. Написание эссе на тему барьеров межличностного общения на основе личного опыта или примеров из кино/литературы. Диагностика собственного коммуникативного стиля (по тестам).	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2
4	Контрольная точка № 1. Контрольная работа № 1	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2
5	Социальные коммуникации. Исследование роли социальных медиа в формировании общественного мнения. Мониторинг и анализ обсуждения социально значимой темы в соцсетях.	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2
6	Служба по связям с общественностью. Сравнительный	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2

	анализ PR-стратегий двух компаний из одной отрасли. Изучение кодексов профессиональной этики в PR.			
7	Коммуникационный менеджмент в некоммерческих и коммерческих организациях. Сравнение бизнес-моделей, целевых аудиторий и коммуникационных каналов НКО и коммерческой компании. Анализ годового отчёта организации с точки зрения коммуникаций.	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2
8	Контрольная работа № 2. Контрольная работа № 2	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2
9	Контрольная точка № 3. Изучение кейсов внедрения AI в службах поддержки, маркетинге и PR. Дискуссия (в форме эссе) о будущем профессий в сфере коммуникаций в контексте развития ИИ.	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.3	Л3.1, Л3.2

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её коррективке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
2 семестр			
КТ 1	Контрольная работа		10
КТ 2	Контрольная работа		10
КТ 3	Контрольная работа		10
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
2 семестр			

КТ 1	Контрольная работа	10	Письменный ответ на 3 вопроса - 7 баллов, 2 вопроса 5 баллов, 1 вопрос 3 балла. Тест (не более 1 ошибки) - 3 балла, 2 балла - более 70% правильных ответов. 1 балл - более 50 % правильных ответов. Максимальный балл за соответствующее количество вопросов выставляется, если работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющихся следствием незнания или непонимания учебного материала. Студент показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. -1 балл если работа выполнена полностью, но обоснования шагов решения недостаточны. Допущена одна ошибка или два-три недочета. -2 балла если допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов -3 балла если работа выполнена не полностью. -4 балла -допущены грубые ошибки. 0 баллов если работа не сдана
------	--------------------	----	---

КТ 2	Контрольная работа	10	Письменный ответ на 3 вопроса - 7 баллов, 2 вопроса 5 баллов, 1 вопрос 3 балла. Кейс-задача 3 балла Максимальный бал за соответствующее количество вопросов выставляется, если работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющихся следствием незнания или непонимания учебного материала. Студент показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. -1 бал если работа выполнена полностью, но обоснования шагов решения недостаточны. Допущена одна ошибка или два-три недочета. -2 балла если допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов -3 балла если работа выполнена не полностью. -4 балла -допущены грубые ошибки. 0 баллов если работа не сдана
------	--------------------	----	---

КТ 3	Контрольная работа	10	Письменный ответ на 3 вопроса - 7 баллов, 2 вопроса 5 баллов, 1 вопрос 3 балла. Кейс-задача 3 балла Максимальный балл за соответствующее количество вопросов выставляется, если работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющихся следствием незнания или непонимания учебного материала. Студент показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. -1 балл если работа выполнена полностью, но обоснования шагов решения недостаточны. Допущена одна ошибка или два-три недочета. -2 балла если допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов -3 балла если работа выполнена не полностью. -4 балла -допущены грубые ошибки. 0 баллов если работа не сдана
------	--------------------	----	---

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Коммуникационный менеджмент» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Вопросы к зачету по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

1. Теоретические основы организации коммуникационных процессов компании
2. Маркетинговые коммуникации
3. Элементы маркетинговых коммуникаций
4. Деловое совещание
5. Пресс-конференция

6. Деловые переговоры
7. Коммуникативная составляющая общения
8. Деловое общение как процесс взаимодействия
9. Коммуникационные проблемы личности и социума
10. Проблемы и противоречия социальной коммуникации в современном обществе
11. Статус отдела по связям с общественностью в организации
12. Функции отдела по связям с общественностью в организации
13. Содержание деятельности отдела по связям с общественностью
14. Типы коммуникационных барьеров
15. Социальные, психологические, культурные различия как основа коммуникативных барьеров
16. Приемы и методы преодоления коммуникационных барьеров.
17. Информационные ресурсы предприятия и информационные технологии
18. Искусственный интеллект в деловых коммуникациях
19. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе
21. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
22. Этикет коммуникаций: история, теория, практика
23. Проблемы в обеспечении управляемости информационных потоков
24. Менеджер по коммуникациям как профессия
25. Убеждение и манипулирование как стратегические задачи коммуникационного менеджмента: история, теория, практика
26. Социальные сети как способ современной коммуникации
27. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
28. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов
29. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе
30. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек
31. Понятие о коммуникационных сетях
32. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.
33. Методы манипуляции через СМИ.
34. Понятие об информационной войне.
35. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами
36. Коммуникационный менеджмент в работе с общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
37. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм
38. Техника проведения коммуникационной политики
39. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики
40. Назначение, структура и состав отдела со связями с общественностью
4. Организация текущей работы отдела по связям с общественностью
42. Основные знания и умения специалиста в сфере PR.
48. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран
44. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных стран в коммуникационном менеджменте

Темы для эссе

1. Манипуляция vs. Убеждение: где проходит этическая граница в современном коммуникационном менеджменте?
2. Искусственный интеллект: новый инструмент или угроза человеческому измерению в

деловых коммуникациях?

3. Является ли "отмена" (канселинг) в социальных сетях новой формой коммуникативного резонанса и инструментом управления репутацией?

4. Коммуникационные барьеры в эпоху глобализации: могут ли национальные особенности менталитета быть преодолены корпоративной культурой?

5. Правовые и этические рамки коммуникационного менеджмента: что сильнее ограничивает специалиста по PR в условиях информационной войны?

6. Менеджер по коммуникациям в 21 веке: технократ или гуманитарий? Какие компетенции определяют успех профессии сегодня?

7. Эффективность vs. Этика: возможно ли объективно измерить успех коммуникационной политики, если её ключевая цель — влияние на восприятие?

8. Деловое общение в digital-эпоху: как видеоконференции и мессенджеры трансформируют процесс взаимодействия в диадах и триадах?

9. PR в государственном секторе: инструмент диалога с обществом или современная форма лоббизма и пропаганды?

10. Социальные сети как "пятая власть": как бизнесу управлять коммуникациями в среде, где каждый пользователь — медиа?

Темы для рефератов

1. Теоретические модели коммуникационных процессов в организации: от линейной до интерактивной.

2. Инструментарий маркетинговых коммуникаций (MarCom): структура, функции и современные тенденции интеграции.

3. Классификация и характеристика коммуникационных барьеров в деловой среде. Практические методы их преодоления.

4. Организационный статус, функции и структура отдела по связям с общественностью в коммерческой компании.

5. Особенности подготовки и проведения публичных деловых мероприятий: совещания, переговоры, пресс-конференции.

6. Информационные ресурсы и технологии в системе коммуникационного менеджмента предприятия.

7. Коммуникационный менеджмент в работе с ключевыми стейкхолдерами: клиенты, инвесторы, государственные органы.

8. Психологические основы делового общения: коммуникативная, перцептивная и интерактивная стороны.

9. Особенности коммуникационного менеджмента в группах разного типа и размера (от диады до коллектива).

10. Основные понятия теории массовых коммуникаций: резонанс, лидеры мнений, манипулятивные техники в СМИ.

Тест: Теоретические основы организации внешних коммуникационных процессов компании

Часть 1. Выберите один правильный ответ.

1. Коммуникационная политика компании определяется как:

а) Курс действий, направленный только на увеличение прибыли.
б) Процесс разработки системы мероприятий для взаимодействия с бизнес-партнерами и формирования спроса.

с) Исключительно инструмент для создания рекламных роликов.

д) Внутренний регламент общения сотрудников.

2. Кто из перечисленных НЕ является обязательным элементом базовой модели коммуникационного процесса?

а) Отправитель

б) Помехи

с) Канал

d) Получатель

3. Помехи, связанные со слишком сложной научной терминологией в сообщении для широкой аудитории, — это пример помех:

- a) Связанных со средствами сообщения.
- b) Связанных с содержанием сообщения (вербальные/логические).
- c) Связанных с организацией сообщения.
- d) Связанных с формой сообщения.

4. Основная специфическая особенность маркетинговых коммуникаций — это:

- a) Их бесплатность для компании.
- b) Случайный и спонтанный характер.
- c) Целенаправленный и убеждающий характер воздействия на целевую аудиторию.
- d) Использование исключительно цифровых каналов.

5. К какому блоку коммуникативного микса по Багневу Г.Л. относится «стимулирование сбыта»?

- a) Коммуникации по поводу разработки и создания товара.
- b) Коммуникации по поводу продвижения товара.
- c) Внутренние коммуникации.
- d) Коммуникации с государственными органами.

6. Инструмент маркетинговых коммуникаций, который характеризуется как «условно-бесплатный» и направлен на создание образа в общественном пространстве, — это:

- a) Директ-маркетинг
- b) Реклама
- c) PR (Связи с общественностью)
- d) Стимулирование сбыта

7. Исторический этап развития маркетинговых коммуникаций, для которого характерен переход к взаимодействию с конкретными группами потребителей, — это:

- a) 1950-1960: Несистемные коммуникации
- b) 1960-1970: Товарные коммуникации
- c) 1970-1980: Коммуникации с целевыми аудиториями
- d) 1990 – наст. время: Интегрированные маркетинговые коммуникации

Часть 2. Выберите все правильные ответы (от 2 до 4).

8. К основным целям маркетинговых коммуникаций традиционно относят:

- a) Убеждение потребителя
- b) Сокращение штата сотрудников
- c) Информирование потребителя
- d) Формирование имиджа компании
- e) Увеличение себестоимости продукта

9. Какие из перечисленных инструментов относятся к «коммуникациям по поводу продвижения товара»?

- a) Контроль обратных связей
- b) Личная продажа
- c) Брендинг
- d) Разработка упаковки товара
- e) Спонсорство

10. К видам помех, связанных с организацией сообщения, относятся:

- a) Слабый сигнал Wi-Fi во время онлайн-презентации.
- b) Отсутствие обратной связи от аудитории.
- c) Неудачный выбор времени для пресс-конференции (например, в час пик).
- d) Использование жаргона в официальном пресс-релизе.
- e) Запоздывание информации.

Часть 3. Соотнесите термин и его определение.

11. Соотнесите вид маркетинговой коммуникации с его описанием:

- 1. Брендинг
- 2. Стимулирование сбыта
- 3. Директ-маркетинг
- 4. Паблицити

а) Прямое обращение к покупателю с целью продажи или получения контакта (письма, звонки).

б) Формирование привлекательного долгосрочного образа товара.

с) Формирование образа через публикации (статьи, интервью) без прямой оплаты.

д) Краткосрочные меры для увеличения продаж «здесь и сейчас» (акции, скидки).

Часть 4. Краткий ответ.

12. Назовите два основных вида моделей коммуникационных процессов согласно одной из самых распространенных классификаций, упомянутой в лекции.

Ответ: _____ и _____.

13. Как называется этап коммуникационного процесса, на котором получатель интерпретирует полученное сообщение?

Ответ: _____.

Ключи к тесту:

Часть 1:

1. b
2. b
3. b
4. c
5. b
6. c
7. c

Часть 2:

8. a, c, d
9. b, c, e
10. b, c, e

Часть 3:

11. 1-b, 2-d, 3-a, 4-c

Часть 4:

12. Механистические (линейные) и нелинейные.
13. Декодирование.

Задания для практических занятий

Умение задавать вопросы.

Посмотрите на следующие закрытые вопросы. Перепишите их в форме открытых.

Закрытый: Я могу Вам помочь?

Открытый: _____

Закрытый: У Вас проблема?

Открытый: _____

Закрытый: Вы хотите заключить договор?

Открытый: _____

Закрытый: Вам подходят наши условия?

Открытый: _____

Закрытый: Вы ищите работу, потому что закончили ВУЗ?

Открытый: _____

Выделите из предложенных фразы-мотиваторы:

1. Это будет интересно попробовать.
2. Я рад, что Вы подняли этот вопрос.
3. Отличная идея, но...
4. Давайте обсудим это как-нибудь в другой раз.
5. Давайте отложим это на будущее.
6. Отличная работа!
7. Мы всегда можем положиться на Вас.
8. Это хорошо в теории. На практике все иначе.

9. Благодаря этой идее мы можем многого достичь.
10. Действуйте!
11. Вы – первый, кто задумался над этим!
12. Видите, Вы можете это сделать.
13. Мы уже пробовали это раньше.
14. Этого нет в бюджете.
15. На самом деле смысл сказанного заключается в...

Кейс-задача

В крупной компании, занимающейся разработкой программного обеспечения, возникла проблема внутри одного из отделов разработки. Коллектив состоит из 10 человек разного возраста и опыта работы — от младших разработчиков до опытных тимлидов. В последние месяцы сотрудники начали замечать ухудшение рабочей атмосферы, снижение эффективности взаимодействия между членами команды и участвовавшие конфликты.

Проблемы стали проявляться в нескольких аспектах:

1. Недостаток доверия: Младшие разработчики часто боятся предлагать новые идеи или задавать вопросы, опасаясь негативной реакции со стороны старших коллег. Это создает ощущение напряженности и недоверия среди сотрудников.
2. Конфликты из-за различий в подходах: Старшие специалисты придерживаются традиционных методов работы, тогда как молодые сотрудники предлагают инновационные решения. Это вызывает частые споры и недовольство обеих сторон.
3. Неэффективная обратная связь: Руководители отдела редко предоставляют конструктивную критику, предпочитая критиковать ошибки без объяснения, почему именно эти моменты являются важными. Это демотивирует команду и снижает желание улучшаться.
4. Непонимание целей: Многие члены коллектива ощущают, что их работа не имеет ясной цели или значимости. Они чувствуют себя изолированными от общего процесса и не понимают, как их вклад влияет на общий результат проекта.
5. Нехватка взаимопомощи: Различные группы сотрудников, работающие над разными аспектами проекта, редко взаимодействуют друг с другом. Вместо сотрудничества они предпочитают решать проблемы самостоятельно, что ведет к дублированию усилий и снижению общей продуктивности.

Вопросы для анализа

1. Какие причины могли привести к возникновению проблем в коммуникациях?
2. Каковы последствия сложившейся ситуации для компании?
3. Какие шаги необходимо предпринять руководству для улучшения коммуникаций в команде?
4. Каким образом можно повысить уровень доверия и открытости в коллективе?
5. Какие методы обратной связи будут наиболее эффективными в данной ситуации?
6. Как обеспечить, чтобы каждый член команды понимал свою роль и значимость своего вклада в общее дело?
7. Какие мероприятия или тренинги помогут улучшить взаимодействие между сотрудниками разных уровней и возрастов?
8. Как предотвратить возникновение аналогичных ситуаций в будущем?

Возможные решения

1. Организация командных встреч

Регулярные встречи, где каждый сотрудник сможет высказывать свое мнение и делиться идеями, помогут наладить открытый диалог и создать атмосферу доверия. Важно, чтобы такие встречи проходили в формате обсуждения, а не критики.

2. Обучение руководителей и сотрудников навыкам эффективной коммуникации

Организация тренингов по развитию коммуникативных навыков поможет сотрудникам лучше понимать друг друга и эффективно решать возникающие разногласия. Особенно важно научить руководителей давать конструктивную обратную связь.

3. Формирование культуры взаимоподдержки

Создание среды, где коллеги готовы помогать друг другу, способствует улучшению морального климата и повышению производительности. Можно ввести систему наставничества, когда опытные сотрудники помогают новичкам адаптироваться и развиваться.

4. Четкое определение ролей и целей

Каждому сотруднику должно быть понятно, какую роль он играет в проекте и какой вклад вносит в достижение общих целей. Это повысит мотивацию и снизит чувство изоляции.

5. Использование инструментов для совместной работы

Современные технологии позволяют организовать совместную работу даже удаленно. Внедрение специализированных платформ для управления проектами, такими как Trello или Jira, позволит членам команды видеть прогресс каждого участника и координироваться эффективнее.

6. Проведение мероприятий по тимбилдингу

Корпоративные мероприятия, направленные на укрепление взаимоотношений вне рабочего контекста, способствуют формированию дружеской атмосферы и улучшают взаимодействие в коллективе.

Практико-ориентированные ситуационные задачи

1. Опоздание. Вас недавно назначили руководителем коллектива, в котором вы несколько лет были рядовым сотрудником. На 8-15 вы вызвали к себе в кабинет подчиненного для выяснения причин его частых опозданий на работу, но сами неожиданно опоздали на 15 мин. Подчиненный же пришел вовремя и ждет вас. Как Вы начнете беседу при встрече?

1. Независимо от своего опоздания сразу же потребуете его объяснений об опозданиях на работу.

2. Извинитесь перед ним и начнете беседу.

3. Поздороваетесь, объясните причину своего опоздания и спросите его: «Как вы думаете, что можно ожидать от руководителя, который так же часто опаздывает, как и вы?»

4. Отмените беседу и перенесете ее на другое время.

5. Свой вариант.

2. В вашу компанию обратилась клиентка, с угрозами подать в суд т.к. вы ввели ее в заблуждение, как оказалось на ее телефонный звонок отвечал робот, а она думала, что это человек?

Постарайтесь уладить этот вопрос и не допустить дальнейшего масштабирования конфликта

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

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Специалитет. - Москва: Издательство "Магистр", 2022. - 656 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=385853>

Л1.2 Радюкова Я. Ю., Беспалов М. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 297 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=390574>

Л1.3 Кенина Д. С., Чернобай Н. Б. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие. - Ставрополь, 2022. - 0,99 МБ

дополнительная

Л2.1 Степанова Г. Н., Бирюков В. А., Ливсон М. В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Аспирантура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 261 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=420219>

Л2.2 Резник С. Д., Игошина И. А., Черницов А. Е. Карьерный менеджмент [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 196 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=424779>

Л2.3 Кисляков Г. В., Кислякова Н. А. Менеджмент: основные термины и понятия [Электронный ресурс]:словарь. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 176 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=424723>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Семенова В. В., Кошель И. С., Мазур В. В. HR-менеджмент [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2024. - 134 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/953813>

Л3.2 Байтасов Р. Р. Кадровый менеджмент [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 336 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/417836>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR	https://www.advertology.ru/
2	Scan-Interfax [Электронный ресурс] : система медиаанализа	https://scan-interfax.ru/
3	Grebennikon.ru : сайт издательства [Электронный ресурс]	https://grebennikon.ru/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Планируемые результаты обучения (компетенции):

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы и эволюцию концепций коммуникационного менеджмента;
- структуру, функции и инструментарий современных маркетинговых и корпоративных коммуникаций;
- принципы организации работы службы по связям с общественностью (PR) в компании;
- типологию коммуникационных барьеров и методы их преодоления;
- правовые и этические нормы, регулирующие коммуникационную деятельность;
- особенности коммуникаций с различными целевыми аудиториями (сотрудники, клиенты, инвесторы, государство, СМИ);
- современные информационные технологии и каналы коммуникации, включая социальные сети и инструменты на основе искусственного интеллекта.

Уметь:

- анализировать коммуникационную среду организации и идентифицировать ее ключевые аудитории;
- разрабатывать планы и проекты в области коммуникационного менеджмента;
- организовывать и проводить основные деловые коммуникативные мероприятия (совещания, переговоры, пресс-конференции);
- оценивать эффективность коммуникационных кампаний и программ;
- преодолевать коммуникативные барьеры в профессиональной деятельности;
- применять на практике нормы делового этикета и профессиональной этики.

Владеть:

- навыками подготовки базовых коммуникационных материалов (пресс-релиз, план мероприятия, презентация);
- методами анализа публичного информационного поля и медиа-пространства;
- техниками эффективной публичной и межличностной коммуникации в деловой среде;
- базовой терминологией в области коммуникационного менеджмента и PR.

Основные образовательные технологии:

Освоение дисциплины предполагает использование как традиционных, так и интерактивных технологий:

- Проблемные лекции с разбором реальных кейсов.
- Семинары в форме дискуссий, круглых столов и деловых игр.
- Case-study (анализ конкретных ситуаций) из отечественной и зарубежной практики.
- Тренинговые упражнения по отработке коммуникативных навыков.
- Командная проектная работа.
- Мастер-классы с приглашенными практиками.

Рекомендации по организации и содержанию учебной деятельности:

1. Работа на лекциях:

Лекции задают концептуальную рамку дисциплины. Не ограничивайтесь пассивным слушанием. Записывайте ключевые тезисы, имена исследователей, названия теорий и моделей. Отмечайте вопросы, которые возникают в ходе объяснения материала, чтобы задать их преподавателю. Связывайте новый материал с уже изученным в других курсах.

2. Подготовка и участие в семинарских (практических) занятиях:

Это основная форма развития практических умений. Активность на семинарах является обязательной.

- Заранее изучите план занятия и рекомендуемую литературу.
- Продумайте ответы на вынесенные вопросы, подготовьтесь к дискуссии.
- При выполнении кейс-заданий сосредоточьтесь не только на поиске "правильного ответа", но и на анализе причин, альтернативных путей решения и возможных последствий.
- В ходе деловых игр и тренингов старайтесь выйти из зоны комфорта, пробуйте новые модели поведения, получайте обратную связь.

3. Выполнение самостоятельной работы:

Самостоятельная работа составляет значительную часть нагрузки и направлена на углубление и закрепление знаний.

- Внимательно ознакомьтесь с темами и сроками, указанными в учебно-методическом комплексе (УМК).
- Используйте не только базовые учебники, но и дополнительные источники: монографии, статьи в научных журналах, профессиональные отраслевые издания, материалы конференций, аналитические отчеты.
- При написании рефератов и эссе соблюдайте требования к структуре, оформлению и цитированию. Избегайте плагиата. Ваша задача – не просто собрать информацию, но и продемонстрировать ее понимание, способность к критическому анализу и синтезу.
- При работе над проектом (например, разработка коммуникационной стратегии для виртуальной компании) уделяйте внимание как стратегическому видению, так и практической реализуемости предложений.

4. Работа с литературой и ресурсами:

- Начните с изучения основной литературы из списка в РПД/УМК.
- Для поиска актуальных данных и примеров используйте релевантные ресурсы: базы данных публичных компаний, официальные сайты государственных органов, агрегаторы новостей, профессиональные сообщества в социальных сетях.

- Формируйте свою собственную базу знаний: сохраняйте интересные кейсы, статьи, ссылки на полезные ресурсы с комментариями.

Формы текущего контроля и оценки:

- Устный опрос и участие в дискуссиях на семинарах.
- Тестирование (онлайн или очное) по теоретическому материалу.
- Защита индивидуальных и групповых проектов, презентаций.
- Проверка письменных работ (эссе, аналитические записки, отчеты).
- Модульные контрольные работы.
- Оценка практических навыков в ходе деловых игр и тренингов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Подготовка к итоговой аттестации должна носить системный характер. Рекомендуется:

- Повторить материалы лекций, выделяя ключевые понятия и взаимосвязи между темами.
- Проработать вопросы к зачету/экзамену, данные в УМК.
- Проанализировать выполненные в течение семестра задания, обратить внимание на замечания преподавателя.
- Быть готовым не только воспроизводить теорию, но и применять ее для анализа практических примеров.

Рекомендации по организации времени:

- Составьте личный учебный план на семестр с распределением времени на аудиторную и самостоятельную работу по данной дисциплине.
- Регулярно, а не эпизодически, уделяйте время изучению материала.
- Используйте инструменты тайм-менеджмента: планировщики, to-do листы.

Где получить помощь:

- Консультации преподавателя (график указан в УМК или на кафедре).
- Учебно-методические материалы в электронной образовательной среде ВУЗа.
- Библиотечные ресурсы (в т.ч. электронные).
- Совместная работа в учебных группах с однокурсниками.

Освоение дисциплины "Коммуникационный менеджмент" требует сочетания теоретического мышления, практической ориентации и развитых коммуникативных навыков. Наиболее эффективным будет активный, осознанный и творческий подход к каждому виду учебной деятельности.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус
2. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

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

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Э-160	Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
		Э-169	Оснащение: рабочее место преподавателя, 32 посадочных места, рабочие места для обучающихся, монитор Philips, проектор Lg, системный блок, 14 моноблоков, выход в интернет и корпоративную сеть университета.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Коммуникационный менеджмент» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970).

Автор (ы)

_____ доц. КМиУР, кэн Звягинцева Ольга Сергеевна

Рецензенты

_____ доц. , кэн Чередниченко Ольга Александровна

Рабочая программа дисциплины «Коммуникационный менеджмент» рассмотрена на заседании Кафедра менеджмента и устойчивого развития территорий протокол № 24 от 25.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой _____ Звягинцева Ольга Сергеевна

Рабочая программа дисциплины «Коммуникационный менеджмент» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 2 от 22.04.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____