

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.09.2021 14:54:51
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет _____ экономики и сервиса _____

Кафедра _____ маркетинга, сервиса и туризма _____



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
экономики и сервиса

С.К. Ешугова

» мая 20 20 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Коммуникационный менеджмент

по направлению подготовки
бакалавров _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____

по профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

квалификация (степень)
выпускника _____ бакалавр _____

форма обучения _____ очная, заочная _____

год начала подготовки _____ 2020 _____

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

доцент, канд. экон. наук, доцент



Кумпилова А.Р.

(должность, ученое звание, степень)

(подпись)

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

Маркетинга, сервиса и туризма

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой
«25» 05 2020г.



Кумпилова А. Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Одобрено научно-методической комиссией факультета
(где осуществляется обучение)

«25» 05 2020г.

Председатель
научно-методического
совета направления (специальности)
(где осуществляется обучение)



Кумпилова А.Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Декан факультета
(где осуществляется обучение)
«25» 05 2020г.



Ешугова С.К.

(подпись)

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ
«25» 05 2020г.



Чудесова Н.Н.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)



Кумпилова А.Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является изучение аспектов рекламы и сферы связей с общественностью, соединяющий существующие научные подходы в их трактовке с примерами из отечественной практики, а также получение студентами базовых представлений о формах, сферах, психологических и этических основах общения, структуре и стратегиях коммуникационного процесса.

Задачи дисциплины:

1. Формирование у студентов представлений о психологических особенностях коммуникации; организационно-управленческой, поисковой, аналитической деятельности в профессиональной сфере.

2. Приобретение базисных знаний о природе и сущности общения; изучение этических основ делового общения и формирования современной деловой культуры, деловой этики; теории и практики ведения деловых переговоров, их организации и подготовки.

3. Освоение тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;

4. Развитие навыков позитивного общения на основе взаимопонимания, преодоления коммуникативных барьеров, личного влияния; проведения деловых бесед, коммерческих переговоров, деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения указанной дисциплины обучающиеся должны обладать теоретической подготовкой и практическими навыками по следующим курсам – Психология делового общения и переговорного процесса, Основы теории коммуникации, Иностранный язык, Речевая коммуникация и деловое общение, Основы копирайтинга, Иностранный язык профессиональный.

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

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

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие компетенции:

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.

УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.

УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на

государственном и иностранном (ых) языках.

УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.

ПКУВ-3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии

ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента.

ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.

ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)

Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)

Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)

4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		2	
Контактные часы (всего)	51,25/1,42	51,25/1,42	
В том числе:			
Лекции (Л)	17/0,47	17/0,47	
Практические занятия (ПЗ)	34/0,94	34/0,94	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	-	-	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,007	0,25/0,007	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	92,75/2,58	92,75/2,58	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	23/0,64	23/0,64	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	23/0,64	23/0,64	
2. Подготовка ответов на вопросы	23/0,64	23/0,64	
3. Решение тестовых заданий	23,75/0,66	23,75/0,66	
Курсовой проект (работа)	-	-	
Контроль (всего)			
Форма промежуточной аттестации: зачет	-	-	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	144/4	144/4	

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения
Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		2	
Контактные часы (всего)	14,25/0,39	14,25/0,39	
В том числе:			
Лекции (Л)	6/0,17	6/0,17	
Практические занятия (ПЗ)	8/0,22	8/0,22	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,007	0,25/0,007	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	-	-	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	126/3,5	126/3,5	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	-	-	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	42/1,17	42/1,17	
2. Подготовка ответов на вопросы	42/1,17	42/1,17	
3. Решение тестовых заданий	42/1,17	42/1,17	
Курсовой проект (работа)	-	-	

Контроль (всего)	3,75/0,10	3,75/0,10	
Форма промежуточной аттестации: зачет	3,75/0,10	3,75/0,10	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	144/4	144/4	

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР	
2 семестр									
Раздел 1. Психология общения									
1.	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции	1-2	2	4	-	-	-	10	Блиц-опрос Тестирование
2.	Тема 2. Человек как субъект коммуникации	3-4	2	4	-	-	-	11	Блиц-опрос Тестирование
3.	Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации.	5	1	2	-	-	-	15	Блиц-опрос Тестирование
Раздел 2. Структура коммуникативного процесса									
4.	Тема 4. Стратегии устных деловых коммуникаций.	6-7	2	4	-	-	-	20	Блиц-опрос Тестирование
5.	Тема 5. Стратегии письменных деловых коммуникаций	8-9	2	4	-	-	-	20	Блиц-опрос Тестирование
6	Тема 6. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	10-11	2	4					Блиц-опрос Тестирование
7	Тема 7. Национальные особенности деловых коммуникаций	12-13	2	4					Блиц-опрос Тестирование
Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах									
8	Тема 8. Управление информацией	14-16	2	4					Блиц-опрос Тестирование
9	Тема 9. Взаимодействие с целевыми группами	16-17	2	4					Блиц-опрос Тестирование
10	Промежуточная аттестация		-	-		0,25		-	зачет

ИТОГО:		17	34		0,25		92,75
--------	--	----	----	--	------	--	-------

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР
1.	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции	1		-	-	-	14
2.	Тема 2. Человек как субъект коммуникации	1	1	-	-	-	14
3.	Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации.		1	-	-	-	14
4.	Тема 4. Стратегии устных деловых коммуникаций.	1	1	-	-	-	14
5.	Тема 5. Стратегии письменных деловых коммуникаций		1	-	-	-	14
6.	Тема 6. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика		1				14
7.	Тема 7. Национальные особенности деловых коммуникаций	1	1				14
8.	Тема 8. Управление информацией	1	1				14
9.	Тема 9. Взаимодействие с целевыми группами	1	1				14
10.	Промежуточная аттестация зачет	-	-				-
	ИТОГО:	6	8	0,25		3,75	126

5.3. Содержание разделов дисциплины «Коммуникационный менеджмент», образовательные технологии
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
Тема 1.	Общение, его сущность, структура, виды и функции	2/0,05	1/0,03	<p>Понятие общения. Общение как деятельность. Концепции, структурные компоненты, аспекты и уровни общения. Типология, цели и функции, особенности общения. Интимно-личностное, деловое, социально-ролевое общение. Специфика и основные задачи коммуникации. Проблема коммуникативной компетентности человека.</p>	УК-4 ПКУВ-3	<p>Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3) Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций</p>	Слайд-лекции

					<p>(коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами</p>	
--	--	--	--	--	---	--

						и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
Тема 2.	Человек как субъект коммуникации	2/0,05	1/0,03	Коммуникативные барьеры, их преодоление. Модель «значимого другого» А.В.Петровского. Личностная, объектная и обстоятельственная атрибуция. «Эффекты» межличностного восприятия (галлоэффект, новизны и первичности, стереотипизации). Источники галлоэффекта (факторы превосходства, привлекательности, отношения к оцениваемому). Самопрезентация в общении.	УК-4 ПКУВ-3	Знать: методика выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)

				<p>Межличностная аттракция в общении. Социальные экспектации (ожидания), их роль в деловом общении. Деловое общение как взаимодействие партнеров. Теория транзактного анализа Э.Берна. Позиции в общении («родитель», «взрослый» и «дитя»). Основные типы транзакций. Взаимодополнительные, пересекающиеся, скрытые транзакции. Возможности и значение транзактного анализа в деловом взаимодействии</p>	<p>рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p>аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной</p>
--	--	--	--	--	---

						точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
Тема 3.	Вербальная и невербальная коммуникации	1/0,03		<p>Вербальное общение (речь) как универсальная знаковая система человеческой коммуникации. Модель коммуникативного процесса. Диалог как форма речевого общения. Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Физиогномика и физиогномические стереотипы в интерпретации внешности партнера по общению. Проксемика как наука о пространственной и временной организации общения. Социальная дистанция. Организация пространства общения. Территории и зоны делового общения.</p>	УК-4 ПКУВ-3	<p>Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций</p>	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)

					<p>(коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
Раздел 2. Структура коммуникативного процесса							
Тема 4.	Стратегии устных деловых коммуникаций.	2/0,05	1/0,03	<p>Деловое общение как коммуникация. Информация, ее значимость и типы. Виды устных форм делового взаимодействия. Деловая беседа как специально организованный предмет-</p>	УК-4 ПКУВ-3	<p>Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные</p>	<p>Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)</p>

			<p>ный разговор. Деловое совещание: подготовка и проведение. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение. Деловая полемика, правила ее проведения. Культура делового спора. Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение. Психологический климат во время переговоров. Компьютерная видеоконференцсвязь и ее использование в организации делового общения.</p>	<p>характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной</p>
--	--	--	--	---

					<p>коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок</p>
--	--	--	--	--	---

						цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
Тема 5.	Стратегии письменных деловых коммуникаций	2/0,05		<p>Деловая документация. Понятие культуры общения. Принципы, правила и нормы делового общения. Официальные мероприятия в системе делового общения. Этикет и протокол официальных мероприятий. Этикет приветствия и представления. Визитная карточка, ее роль в деловом мире. Деловой подарок. Деловые приемы, их коммуникативный смысл. Организация приемов. Правила телефонных разговоров. Язык служебных документов. Правила оформления деловых посланий.</p>	УК-4 ПКУВ-3	<p>Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p>	Слайд-лекции, деловая игра

					<p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения. Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>		
Тема 6	Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	2/0,05		<p>Конфликты в деловых отношениях, их причины и разновидности. Структура конфликта. Динамика конфликта.</p>	<p>УК-4 ПКУВ-3</p>	<p>Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения</p>	Слайд-лекции, деловая игра

			<p>Основные модели конфликта. Способы разрешения конфликтов: уклонение от противоречия, «сглаживание», компромисс, конфронтация, подавление (принуждение). Процедурные аспекты регулирования конфликтов: примирение, посредничество, арбитраж. Стили поведения в конфликтных ситуациях. Возможности управления конфликтной ситуацией. Предупреждение конфликтов. Средства предотвращения конфликтов и методы кризисного управления (информационный, коммуникативный, социально-психологический, организационный). Управленческая и корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны управленческого взаимодействия</p>	<p>заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества</p>
--	--	--	---	---

					<p>участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личном и</p>
--	--	--	--	--	--

						<p>групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
Тема 7	Национальные особенности деловых коммуникаций	2/0,05	1/0,03	<p>Актуальные проблемы кросскультурного ме- неджмента в области деловых коммуникаций. Общая характеристика поведения и деловых качеств представителей различных культур: европейской, конфуцианской, исламской и т.д. Национальные особенности деловых контак- тов народов мира: в вопросах формирования делегаций и механизма принятия решений, ценностных ориентаций, особенностей вос- приятия и мышления, особенностей поведения и характерных тактических</p>	УК-4 ПКУВ-3	<p>Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового</p>	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)

				<p>приемов. Международная субкультура переговоров, их специфика в странах Запада и Востока. Проблемы деловой этики в России</p>	<p>общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное</p>	
--	--	--	--	---	---	--

					<p>сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
--	--	--	--	--	--	--

Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах							
Тема 8	Управление информацией	2/0,05	1/0,03	<p>Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период: телевидение, радио, печатная пресса, альтернативные носители информации. Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Приемы создания и усиления новостей. Алгоритм действий по работе со СМИ (мониторинг). Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро; подготовка</p>	УК-4 ПКУВ-3	<p>Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи;</p>	

				<p>материалов для СМИ. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой</p>		<p>формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3) Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами</p>
--	--	--	--	---	--	---

						и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
Тема 9	Взаимодействие с целевыми группами	2/0,05	1/0,03	Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия). Интервью: очное, заочное, виртуальное. Брифинг. Пресс-конференция. Виртуальная пресс-конференция в Интернете. Видеоконференции и телемосты. Совместные конференции и семинары со СМИ. Тематический образовательный семинар.	УК-4 ПКУВ-3	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации	Слайд-лекции, деловая игра

				<p>Презентация. Пресс-тур. Пресс-клуб и пресс-пул. Неформальные встречи: пресс-завтрак, клубный вечер (party), конкурс среди журналистов на лучший материал; день прессы; ежегодный праздник газет; информационное спонсорство; роуд-шоу. Общение по телефону; опросы; организация обратной связи с участниками мероприятия; подготовка стенгазеты; поздравление; участие в организации промо-акций, рекламных кампаний, праздников, юбилеев и т.п</p>	<p>(УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми</p>	
--	--	--	--	--	---	--

						моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
	Итого:	17/0,47	6/0,17				

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
1.	Общение, его сущность, структура, виды и функции	Понятие общения. Общение как деятельность. Концепции, структурные компоненты, аспекты и уровни общения. Типология, цели и функции, особенности общения. Интимно-личностное, деловое, социально-ролевое общение. Специфика и основные задачи коммуникации. Проблема коммуникативной компетентности человека	4/0,11	-
2.	Человек как субъект коммуникации	Коммуникативные барьеры, их преодоление. Модель «значимого другого» А.В. Петровского. Личностная, объектная и обстоятельственная атрибуция. «Эффекты» межличностного восприятия (галлоэффект, новизны и	4/0,11	1/0,03
3.	Вербальная и невербальная коммуникации	Коммуникативные барьеры, их преодоление. Модель «значимого другого» А.В.Петровского. Личностная, объектная и обстоятельственная атрибуция. «Эффекты» межличностного восприятия (галлоэффект, новизны и первичности, стереотипизации). Источники галлоэффекта (факторы превосходства, привлекательности, отношения к оценивающему). Самопрезентация в общении. Межличностная аттракция в общении. Социальные экспектации (ожидания), их роль в деловом общении. Деловое общение как взаимодействие партнеров. Теория трансактного анализа Э.Берна. Позиции в общении («родитель», «взрослый» и «дитя»). Основные типы трансакций. Взаимодополнительные,	2/0,05	1/0,03

		пересекающиеся, скрытые транзакции. Возможности и значение транзактного анализа в деловом взаимодействии		
4.	Стратегии устных деловых коммуникаций.	Отработка вопросов по теме: 1. Количественные и качественные методы исследования. 2. Проблема репрезентативности и выборка. 3. Количественные методы исследования СМИ. Качественные методы	4/0,11	1/0,03
5.	Стратегии письменных деловых коммуникаций	Деловая документация. Понятие культуры общения. Принципы, правила и нормы делового общения. Официальные мероприятия в системе делового общения. Этикет и протокол официальных мероприятий. Этикет приветствия и представления. Визитная карточка, ее роль в деловом мире. Деловой подарок. Деловые приемы, их коммуникативный смысл. Организация приемов. Правила телефонных разговоров. Язык служебных документов. Правила оформления деловых посланий.	4/0,11	1/0,03
6.	Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	Основные модели конфликта. Способы разрешения конфликтов: уклонение от противоречия, сглаживание», компромисс, конфронтация, подавление (принуждение). Процедурные аспекты регулирования конфликтов: примирение, посредничество, арбитраж. Стили поведения в конфликтных ситуациях. Возможности управления конфликтной ситуацией. Предупреждение конфликтов. Средства предотвращения конфликтов и методы кризисного управления (информационный, коммуникативный, социально психологический, организационный). Управленческая и	4/0,11	1/0,03

		корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны.		
7.	Национальные особенности деловых коммуникаций	Актуальные проблемы кросскультурного менеджмента в области деловых коммуникаций. Общая характеристика поведения и деловых качеств представителей различных культур: европейской, конфуцианской, исламской и т.д. Национальные особенности деловых контактов народов мира: в вопросах формирования делегаций и механизма принятия решений, ценностных ориентаций, особенностей восприятия и мышления, особенностей поведения и характерных тактических приемов. Международная субкультура переговоров, их специфика в странах Запада и Востока. Проблемы деловой этики в России.	4/0,11	1/0,03
8.	Управление информацией	Взаимодействия со средствами массовой информации. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период: телевидение, радио, печатная пресса, альтернативные носители информации. Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Приемы создания и усиления новостей. Алгоритм действий по работе со СМИ (мониторинг). Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро; подготовка материалов для СМИ. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой.	4/0,11	1/0,03
9.	Взаимодействие с целевыми группами	Типология мероприятий, направленных на установление	4/0,11	1/0,03

		отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия). Интервью: очное, заочное, виртуальное. Брифинг. Пресс-конференция. Виртуальная пресс-конференция в Интернете. Видеоконференции и телемосты. Совместные конференции и семинары со СМИ. Тематический образовательный семинар. Презентация. Пресс-тур. Пресс-клуб и пресс-пул. Неформальные встречи: пресс-завтрак, клубный вечер (party), конкурс среди журналистов на лучший материал; день прессы; ежегодный праздник газет; информационное спонсорство; руд-шоу. Общение по телефону; опросы; организация обратной связи с участниками мероприятия; подготовка стенгазеты; поздравление; участие в организации промо-акций, рекламных кампаний, праздников, юбилеев и т.п		
	Итого		34/0,94	8/0,22

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах
Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)
Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

5.7. Самостоятельная работа студентов
Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
Раздел 1. Психология общения					
1.	Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
2.	Тема 2. Человек как субъект коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39

3.	Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
4.	Раздел 2. Структура коммуникативного процесса				
5.	Тема 4. Стратегии устных деловых коммуникаций.	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
6.	Тема 5. Стратегии письменных деловых коммуникаций	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
7.	Тема 6. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
8.	Тема 7. Национальные особенности деловых коммуникаций	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
9.	Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах				
10.	Тема 8. Управление информацией	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
11.	Тема 9. Взаимодействие с целевыми группами	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		12,75/ 0,35	14/0,39
	ИТОГО:	-	-	92,75/2,58	126/3,5

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

6.1. Методические указания

1. Учебно-методическое пособие по подготовке к семинарским и практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентами IV курса очной и заочной формы обучения специальности 030602 Связи с общественностью по дисциплине "Социология массовой коммуникации" / Минобрнауки России, ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. нов. соц. технологий, Каф. сервиса, туризма и связей с общественностью ; [сост.: Е.А. Панина, С.М. Сташ]. - Майкоп : Магарин О.Г., 2013. - 152 с. - Прил.: с. 143-150. - Библиогр.: с. 135

2. Сташ, С.М. (Майкопский государственный технологический университет). Русский язык и культура речи : учебное пособие для студентов технических вузов / С.М. Сташ ; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Каф. сервиса, туризма и связей с общественностью. - Майкоп : Кучеренко В.О., 2013. - 120 с. - Библиогр.: с. 117-118

3. Методические рекомендации по изучению курса "Русский язык и культура речи" для студентов технических вузов / Федер. агентство по образованию Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. новых соц. технологий, Каф. коммуникации и связей с общественностью ; [сост.: С.М. Сташ, Т.В.

Хачатурова]. - Майкоп : Глобус, 2009. - 68 с. - Библиогр.: с. 66

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация [Электронный ресурс]: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 286 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/552644>
2. Папкова, О.В. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Папкова О.В. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2017. - 160 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/566178>
3. Кривокопа, Е.И. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.И. Кривокопа. - М.: Инфра-М, 2016. - 190 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518602>
4. Ясинская, М.Б. Интенсивный тренинг по дисциплине «Речевая коммуникация» [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Б. Ясинская. - М.: Московский гуманитарный университет, 2015. - 68 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/50666.html>
5. Барышников, Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 368 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>
6. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / сост. Т.И. Сахнюк. – Ставрополь: СтГАУ, 2013. – 92 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514137>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Логистика»

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

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1	Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами
УК-4.2	Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения

		стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.
	УК-4.3	Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.
	УК-4.4	Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаюсь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.
	УК-4.5	Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно
	Б1.В.14	Современная пресс-служба
	Б1.В.ДВ.01.01	Психология массовых коммуникаций
	Б1.В.ДВ.01.02	Коммуникационный менеджмент
	Б1.В.ДВ.02.01	Тренинг делового общения
	Б1.В.ДВ.02.02	Тренинг ораторского искусства
	Б1.В.ДВ.07.01	Технологии управления общественным мнением
	Б1.В.ДВ.07.02	Социология массовых коммуникаций
	Б1.О.05	Русский язык и культура речи
	Б1.О.06	Иностранный язык
	Б1.О.07	Адыгейский язык
	Б1.О.22	Основы теории коммуникации
	Б1.О.29	Иностранный язык профессионального общения
	Б2.В.01(П)	Профессионально-творческая практика
	Б2.О.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика
	Б2.О.02(П)	Преддипломная практика
	Б3.О.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
	Б3.О.02	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
	ПКУВ-3	Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии
	ПКУВ-3.1	Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента
	ПКУВ-3.2.	Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.
	Б1.В.03	Поведение потребителей
	Б1.В.05	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
	Б1.В.08	Разработка и технологии производства рекламного и PR- продукта

Б1.В.ДВ.01.01	Психология массовых коммуникаций
Б1.В.ДВ.01.02	Коммуникационный менеджмент
Б1.В.ДВ.05.01	Интернет- маркетинг
Б1.В.ДВ.05.02	Управление репутацией в сети Интернет
Б1.В.ДВ.08.01	Мотивация в рекламе
Б1.В.ДВ.08.02	Мерчандайзинг
Б1.О.22	Основы теории коммуникации
Б1.О.27	Основы маркетинга
Б2.В.01(П)	Профессионально-творческая практика
Б2.О.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика
Б2.О.02(П)	Преддипломная практика
Б3.О.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
Б3.О.02	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ФТД.В.02	Прикладной маркетинг

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами</p> <p>УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.</p> <p>УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.</p> <p>УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаюсь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.</p> <p>УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно</p>					
<p>знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами;</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
<p>уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке;</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; представлять свою точку зрения при деловом общении и в публичных выступлениях;					
владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. - навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
<p>ПКУВ-3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии</p> <p>ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента.</p> <p>ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.</p> <p>ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.</p>					

<p>знать: Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	<p>Устный опрос, тестовые задания, экзамен</p>	
<p>уметь: Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.</p>	<p>Частичные умения</p>	<p>Неполные умения</p>	<p>Умения полные, допускаются небольшие ошибки</p>	<p>Сформированные умения</p>		
<p>владеть: Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения. Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ.</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>		

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания

1. 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?

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.

Какое понятие более общее:

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

Верно ли, что коммуникационная политика включает в себя, в частности, планирование обратной связи?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Слухи относятся к:

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

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.

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.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит выработка общей коммуникативной стратегии фирмы?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

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.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг, включая планирование и проведение конкретных кампаний и акций?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит поддержка и развитие отношений с органами власти?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

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.

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.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит донорская деятельность фирмы?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

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.

Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит представительская деятельность?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

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.

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

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

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.

Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:

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

Является ли компетентность формирования концепции одним из основных профессиональных требований к менеджеру по коммуникациям?

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

Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи - это:

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

Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил:

- а) Айви Ли;
- б) Э Бернайз;
- в) С Блэк;
- г) Дж. Грюниг.

Организация PR должна включать в себя аналоги научно- исследовательских, конструкторско-технологических работ и управление - одна из основных идей:

- а) Айви Ли;
- б) Э. Бернайза;
- в) С. Блэка;
- г) Дж. Грюнига.

Однонаправленный поток информации, основная цель которого не слушание, а говорение - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя ассиметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

Однонаправленный поток информации, направленный на массовую аудиторию посредством СМИ, цель которого проинформировать - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя ассиметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

Выбор целевой аудитории, изучение ее интересов и распространение на этой основе информации с применением технологии обратной связи - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя ассиметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

Распространение информации на целевые аудитории с целью достижения взаимопонимания - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;

- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

Какое понятие является более общим:

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

Верно ли, что манипулирование общественным мнением строится на базе диалогических информационных потоков?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Верно ли, что управление общественным мнением строится на базе монологических информационных потоков?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Управляемый диалогический информационный поток является:

- а) первичным;
- б) вторичным;
- в) равнозначным по отношению к монологическому информационному потоку.

Для распространения монологических информационных потоков чаще всего используется:

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

Активная общественность является условием для реализации:

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

В сфере антикризисных коммуникаций наиболее эффективной является:

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

Традиционно «слабым местом» любой организации считаются:

- а) восходящие коммуникации;
- б) нисходящие коммуникации;
- в) горизонтальные коммуникации.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают раннее объявление изменений даже в случае неполноты информации?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают установление графика информирования?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают комментарии причин невозможности представления большей информации?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают установление открытого и коллективного процесса планирования на основе максимального участия тех, кого затрагивают эти изменения?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают прояснение полезности и схемы решений об изменениях?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают информирование персонала прежде, чем СМИ?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Приведите примеры организации информационной поддержки управленческих решений на предприятии, столько, сколько сможете.

При помощи каких коммуникационных событий можно объяснить персоналу финансовые результаты работы компании. Приведите примеры, столько, сколько сможете.

При помощи каких коммуникационных событий можно мобилизовать ресурсы сотрудников и общественного мнения для решения корпоративных задач.

Приведите примеры, столько сколько сможете.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является регулярное исследование отношения персонала к организации и менеджменту позволяет выявить проблемы до того, как они станут кризисом?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является последовательность и регулярность коммуникаций, сообщение как хороших, так и плохих новостей?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является персонификация коммуникаций, их личный характер?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является личное внимание топ-менеджмента к персоналу?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является искренность коммуникаций?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является перспективная направленность коммуникаций?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является инновационность в выборе коммуникационных решений?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является полицентризм и мультинаправленность коммуникаций?

а) да, верно;

б) нет, не верно.

По отношению к неформальной коммуникации в организации выделяется несколько

коммуникативных ролей:

- а) «посыльные»;
- б) «интерпретаторы»;
- в) «скептики»;
- г) «сторонники»;
- д) «противники»;
- е) «принимающие решения». Какой пункт в этом списке лишний?

Техническое обеспечение коммуникационных потоков - это:

- а) начальный;
- б) завершающий этап программы совершенствования организационных коммуникаций.

Правильная расстановка фильтров на пути информационных потоков обеспечивает:

- а) адресацию информации по конкретным получателям;
- б) сортировку информации по степени важности для получателя;
- в) предупреждение неверного декодирования полученной информации;
- г) предупреждение информационных перегрузок участников коммуникационного процесса;
- д) дозирование информации в зависимости от разрешенной степени доступа к ней сотрудников.

Какой пункт в этом списке лишний?

Процесс формулировки стратегии по этапам, с разьяснением роли каждого члена организации (каждого ее подразделения) - это:

- а) стратегическое планирование;
- б) стратегическое прогнозирование;
- в) стратегический аудит.

Существуют следующие виды стратегий:

- а) прямая;
- б) косвенная;
- в) планируемая;
- г) воплощенная.

Какие два пункта являются лишними в этом списке?

Если корпорация преследует цель расширения объемов продаж, видов выпускаемой продукции, производственных мощностей, причем этот рост в процентном отношении должен превышать уровень роста ВВП и инфляцию, то применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

На тех предприятиях, которые довольствуются существующим объемом производства (включая размер рынка, объем выпуска товаров и т. д.) и управление которыми направлено на поиск стабильного, прибыльного роста, эквивалентного росту ВВП или инфляции применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

Компаниями, которые нельзя отнести к числу преуспевающих, с целью стабилизировать свое положение реагируя на сиюминутные изменения на рынке применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

Сочетание различных стратегий по отношению к своим фирмам или подразделениям в

целом - это:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

В стратегическом планировании коммуникаций различают следующие основные группы целей:

- а) цели выхода;
- б) цели влияния;
- в) цели отношения.

Какой пункт в этом списке лишний?

Экспонирование сообщения, его понимание и удержание в памяти относится к:

- а) информационным целям;
- б) целям отношения (установок);
- в) целям поведения.

Формирование взглядов на организацию и ее действия, их закрепление и изменение относится к:

- а) информационным целям;
- б) целям отношения (установок);
- в) целям поведения.

Такие цели, как повышение посещаемости мероприятий, проводимых фирмой, переубеждение группы протестующих против некоторых проектов фирмы от активных действий, относятся к:

- а) информационным целям;
- б) целям отношения (установок);
- в) целям поведения.

Приведите примеры информационных целей в стратегическом планировании, столько, сколько сможете.

Приведите примеры целей отношения в стратегическом планировании, столько, сколько сможете.

Приведите примеры целей поведения в стратегическом планировании, столько, сколько сможете.

К более конкретным, низшим в целевой иерархии стратегического планирования целям относятся:

- а) цели влияния;
- б) цели выхода.

SWOT-анализ - это:

- а) анализ альтернатив развития организации и выбор стратегии;
- б) анализ сообщений об организации в СМИ;
- в) контент-анализ.

Какое описание точнее всего отражает состояние дел со стратегическим планированием в малом бизнесе по сравнению с крупным:

- а) процесс формирования стратегии в малом бизнесе более формальный;
- б) процесс формирования стратегии в малом бизнесе менее формальный, систематический и регулярный;
- в) малый бизнес совсем не занимается стратегическим планированием.

Аутсорсинг - это:

- а) учет и мобилизация стратегических ресурсов организации;
- б) передача отдельных информационно-коммуникативных функций сторонней организации;
- в) выход готового информационного продукта пресс-службы организации.

Общественное формирование, имеющее общие интересы и выражающие их в

общественной дискуссии - это:

- а) субъект;
- б) объект общественного мнения.

Явление, имеющее общественный интерес и предполагающее наличие нескольких точек зрения - это:

- а) субъект;
- б) объект общественного мнения.

Для общественного мнения характерны:

- а) динамизм, постоянная изменчивость;
- б) консерватизм, следование традициям;
- в) обе эти тенденции в общественном мнении равнозначны.

Верно ли, что общественное мнение нацелено в основном на то, чтобы подтвердить картину мира его потенциального субъекта:

- а) да, верно;
- б) нет, не верно.

Базовым уровнем детерминации общественного мнения является:

- а) уровень непосредственного отражения;
- б) коммуникативный уровень;
- в) субъектный (личностный) уровень детерминации общественного мнения.

Установки и стереотипы в большей степени действуют на: а) уровне непосредственного отражения;

- б) коммуникативном уровне;
- в) субъектном (личностном) уровне детерминации общественного мнения.

Для предварительного ознакомления с явлениями, которые предстоит

исследовать для более точного формулирования проблемы, а также, по возможности, для построения гипотезы предназначены:

- а) поисковые;
- б) описательные;
- в) объяснительные коммуникологические исследования

Исследования, предназначенные для того, чтобы дать точное представление о некоторых явлениях, что также позволяет лучше сформулировать проблемы и гипотезы - это:

- а) поисковые;
- б) описательные;
- в) объяснительные коммуникологические исследования.

Когда знаний о явлении достаточно, чтобы начать искать объяснение того, почему данное явление таково, каково оно есть, применяются:

- а) поисковые;
- б) описательные;
- в) объяснительные коммуникологические исследования.

Метод сбора первичной социологической информации, основанный на визуальном и слуховом восприятии процессов и явлений и прямой их регистрации - это:

- а) контент-анализ;
- б) наблюдение;
- в) интервью.

Метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления и измерения социальных фактов и тенденций, отраженных этими документами - это:

- а) контент-анализ;
- б) наблюдение;
- в) интервью.

Один из основных видов опроса, использующий непосредственное социально-психологическое взаимодействие между исследователем и респондентом в соответствии с поставленной целью - это:

- а) контент-анализ;
- б) наблюдение;
- в) интервью.

Верно ли, что матричная структура отдела коммуникации характерна для коммуникационного менеджмента в бизнесе и промышленности?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Краткосрочные или непосредственные результаты конкретной программы или деятельности в области связей с общественностью - это:

- а) итоги коммуникационной кампании;
- б) результаты коммуникационной кампании.

Изменения мнения, отношения и поведения со стороны целевой аудитории, вызванные распространенными материалами, сообщениями - это:

- а) итоги коммуникационной кампании;
- б) результаты коммуникационной кампании.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит технологическое сопровождение (телефон, радио, компьютеры, космические спутники, Интернет и др.)?

- а) да, верно;
- б) нет, не верно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит соблюдение стандартов электронного обмена: контроль за тем, чтобы программные информационные продукты были типовыми:

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит гарантирование коммуникационной безопасности:

- а) да, верно;
- б) нет, не верно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит проведение целевых акций по электронно-информационному сопровождению определенных государственных проектов?

- а) да, верно;
- б) нет, не верно.

Верно ли, что в задачи коммуникационного менеджмента в органах власти входит соблюдение коммуникативной этичности и легитимности?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

Деятельность органов государственной власти по эффективному выявлению специальных запросов респондентов, по поддержанию и улучшению благосостояния как граждан, так и общества в целом - это:

- а) политический;
- б) социальный маркетинг.

Специфическая профессиональная деятельность, предпринимаемая для создания, поддержания и изменения поведения общественности по отношению к государственным властным органам, политическим партиям, к демократическим институтам, к формированию гражданского общества - это:

- а) политический;
- б) социальный маркетинг.

Авиакатастрофы, порча продуктов, смерть ведущего руководителя, землетрясения, паника - это примеры:

- а) неожиданных;

- б) назревающих;
- в) непрерывных кризисов.

Неудовлетворение работников и неблагоприятный моральный климат в коллективе - это примеры:

- а) неожиданных;
- б) назревающих;
- в) непрерывных кризисов.

Сплетни или спекуляции, сообщаемые средствами массовой информации или передающиеся из уст в уста - это примеры:

- а) неожиданных;
- б) назревающих;
- в) непрерывных кризисов.

К внешним источникам подбора персонала в организации относится:

- а) центры занятости;
- б) ротация;
- в) агентства по найму;
- г) поиск кандидатов через СМИ.

Является ли экономическая эффективность одной из организационных ценностей, отражающихся в корпоративной культуре?

- а) да, является;
 - б) нет, не является.
- 3) почасовая
4) сутки

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих отношений, школа социальных систем)
2. Структура коммуникаций в организации
3. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
4. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.
5. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
6. Этапы коммуникации
7. Система внешних коммуникаций организации.
8. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации
9. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
10. Особенности проведения информационных кампаний
11. Коммуникационный менеджмент в стратегическом управлении организацией
12. Виды межличностной коммуникации
13. Этапы процесса межличностной коммуникации
14. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации
15. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации
16. Работа с персоналом в кризисных ситуациях
17. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
18. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
19. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов
20. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе

21. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек
22. Понятие о коммуникационных сетях
23. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.
24. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.
25. Понятие об информационной войне.
26. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами
27. Коммуникационный менеджмент в работе с общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
28. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм
29. Развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
30. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.
31. Технология планирование работ.
32. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.
33. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.
34. Техника проведения коммуникационной политики
35. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики
36. Назначение, структура и состав отдела со связями с общественностью
37. Организация текущей работы отдела по связям с общественностью
38. Основные знания и умения специалиста в сфере PR.
39. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран
40. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных стран в коммуникационном менеджменте

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по

национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

7. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация [Электронный ресурс]: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 286 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/552644>

8. Папкина, О.В. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Папкина О.В. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2017. - 160 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/566178>

9. Кривокопа, Е.И. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.И. Кривокопа. - М.: Инфра-М, 2016. - 190 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518602>

10. Ясинская, М.Б. Интенсивный тренинг по дисциплине «Речевая коммуникация» [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Б. Ясинская. - М.: Московский гуманитарный университет, 2015. - 68 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/50666.html>

11. Барышников, Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 368 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>

12. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / сост. Т.И.

Сахнюк. – Ставрополь: СтГАУ, 2013. – 92 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514137>

8.2. Дополнительная литература

13. Стилистика и культура русской речи [Электронный ресурс]: учебник / Т.Я. Анохина и др.; под ред. Т.Я. Анохиной. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2013. - 320 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391714>
14. Эффективное речевое общение (базовые компетенции) [Электронный ресурс]: словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. - Красноярск: Изд-во Сибирского федерального университета, 2012. - 882 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492124>
15. Гринева, М.С. Коммуникативный кодекс речевого общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.С. Гринева. - Саратов: Вузовское образование, 2018. - 65 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74964.html>
16. Богданова, Ю.З. Тренинг профессионально-ориентированных риторики, дискуссии и общения [Электронный ресурс]: практикум / Ю.З. Богданова. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 131 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71593.html>
17. Титова, Л.Г. Технологии делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Л.Г. Титова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52576.html>

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).
3. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
4. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
6. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
7. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
8. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Раздел 1. Психология общения				
Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 2. Человек как субъект коммуникации	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Раздел 2. Структура коммуникативного процесса				
Тема 4. Стратегии устных деловых коммуникаций.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3

		знаний, контроль и коррекция знаний)		
Тема 5. Стратегии письменных деловых коммуникаций	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 6. Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 7. Национальные особенности деловых коммуникаций	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах				
Тема 9. Взаимодействие с целевыми группами	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 9. Взаимодействие с целевыми группами	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и	Устная речь, письмо, схемы, рисунки,	УК-4 ПКУВ-3

	умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	учебники, учебные пособия	
--	---	--	---------------------------------	--

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
Adobe Reader 9	Бесплатно, бессрочный
K-Lite Codec Pack, Codec Guide	Бесплатно, бессрочный
7-zip.org	GNU LGPL
Офисный пакет WPSOffice	Свободно распространяемое ПО

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

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

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 3-13 Адрес: Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p> <p>Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 3-12. Адрес: Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p> <p>Читальный зал: ул.Первомайская,191,3 этаж</p> <p>Лаборатория научно-методического проектирования Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p>	<p>Оснащена: специализированная мебель, 16 посадочных мест, компьютерное и мультимедийное оборудование (проектор, ноутбук)</p> <p>Оснащена: специализированная мебель, проектор, ноутбук</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <p>2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»;</p> <p>3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;</p> <p>4. Офисный пакет «WPSoffice»;</p> <p>5. Программа для работы с архивами «7zip»;</p> <p>6. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>
Помещения для самостоятельной работы		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы; читальный зал: ул.Первомайская,191, 3этаж</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерамиPentium с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <p>2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»;</p> <p>3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;</p> <p>4. Офисный пакет «WPSoffice»;</p> <p>5. Программа для работы с архивами «7zip»;</p> <p>6. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>

Дополнения и изменения в рабочей программе

на _____ / _____ учебный год

В рабочую программу _____

(наименование дисциплины)

По направлению

подготовки бакалавров _____

По профилю подготовки _____

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____

(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (наименование кафедры)

«_____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

_____ (Ф.И.О.)

