Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 07.09.2024 16:30:43
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

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

Факультет экономики и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____Л.И. Задорожная
«_____» _____ 20___г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине	**Б1.В.ДВ.01.02 Коммуникационный менеджмент**
по направлению подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
по профилю подготовки (специализации)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
квалификация (степень) выпускника	бакалавр
форма обучения	Очная, Заочная,
год начала подготовки	2024

Майкоп

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

Составитель рабочей программы:

зав.кафедрой, доц., канд. экон. наук	Подписано простой ЭП 09.07.2024	Кумпилова Анжелика Руслановна
(должность, ученое звание, степень)	(подпись)	(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

30.07.2024	Подписано простой ЭП 30.07.2024	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей кафедрой
по направлению подготовки (специальности)

30.07.2024	Подписано простой ЭП 30.07.2024	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ
(название подразделения)

09.07.2024	Подписано простой ЭП 09.07.2024	И. Б. Берберьян
	(подпись)	(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

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, дело- вой 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 (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

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 (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

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
ПКУВ-3.3	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий
УК-3.1	Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде
УК-3.2	Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).
УК-3.3	Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата
УК-3.4	Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды
УК-6.1	Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.
УК-6.2	Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
УК-6.3	Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 1	Сем. 2	1	17	34	0.25	92.75	**144**	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	КРАт	Контроль	СР		
Курс 2	Сем. 3	1	6	8	0.25	3.75	126	**144**	4

5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/промежуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2	Раздел 1. Психология общения	1-5	5		10				36		Блиц-опрос Тестирование
2	Раздел 2. Структура коммуникативного процесса	6-13	8		16				40		Блиц-опрос Тестирование
2	Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах	14-16	4		8				16,75		Блиц-опрос Тестирование
2	промежуточная аттестация	17				0,25					зачет
	ИТОГО:		**17**		**34**	**0.25**			**92.75**		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
3	Раздел 1. Психология общения	2		2				42	
3	Раздел 2. Структура коммуникативного процесса	2		4				42	
3	Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсах	2		2				42	
3	промежуточная аттестация					0,25	3,75		
	ИТОГО:	**6**		**8**		**0.25**	**3.75**	**126**	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Коммуникационный менеджмент», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Общение, его сущность, структура, виды и функции	2	1		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.	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.4; УК-3.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммун икаций(коммуникационны х процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности. 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. Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях. 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.	
	Человек как субъект коммуникации	2	1		Коммуникативные барьеры, их преодоление. Модель «значимого другого» А.В.Петровского.	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения	Лекции-визуализации

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					Личностная, объектная и обстоятельственная атрибуция. «Эффекты» межличностного восприятия (галоэффект, новизны и первичности, стереотипизации). Источники галоэфекта (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, пересекающиеся, скрытые трансакции. Возможности и значение трансактного анализа в деловом взаимодействии		заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки. 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. Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. 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 . 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.	
	Вербальная и невербальная коммуникации	1			Вербальное общение (речь) как универсальная знаковая система человеческой коммуникации. Модель комму- никативного процесса. Диалог как форма речевого общения. Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы	Лекции-визуализации

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					состояний. Физиогномика и физиогномические стереотипы в интерпрета-ции внешности партнера по общению. Прок- семика как наука о пространственной и вре-менной организации общения. Социальная дистанция. Организация пространства общения. Территории и зоны делового общения.		социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки 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. 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. Владеть: - умением анализировать, проектировать иорганизовывать	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; примами 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)	
	Стратегии устных деловых коммуникаций	2	1		Деловое общение как коммуникация. Информация, ее значимость и типы. Виды устных форм делового взаимодействия. Деловая беседа как специально организованный предметный 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	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.3; УК-3.4;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					видеоконференцсвязь и ее использование в организации делового общения		деловой переписки 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. 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. 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	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							уровнях. 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.	
	Стратегии письменных деловых коммуникаций	2			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.	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; УК-3.2; УК-3.1; ПКУВ-3.3; УК-3.4; УК-3.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения	Лекции-визуализации

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности. 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. 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. Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ.	
	Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	2			Конфликты в деловых отношениях, их причины и разновидности. Структура конфликта. Динамика конфликта.Основные модели конфликта. Способы раз- решения 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	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.4; УК-3.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки 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	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							коммуникации и совместной деятельности. 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. 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. 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.	
	Национальные особенности деловых коммуникаций	2	1		Актуальные проблемы кросскультурного ме-неджмента в области деловых коммуникаций. Общая характеристика поведения и деловых	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.4; УК-3.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					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		лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки 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. Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение.	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. 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. 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.	
	Управление информацией	2	1		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,	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.2; УК-3.1; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия,	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					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		структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки 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. 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. Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях. 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.	
	Взаимодействие с целевыми группами	2	1		Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия). Интервью: очное, заочное, виртуальное. Брифинг. Пресс- конференция. Виртуальная пресс-конференция в Интер-нете. 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; роуд-шоу.	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; УК-3.1; ПКУВ-3.3; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки Уметь: - разрабатывать план	Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					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		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. 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. 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. Культурой мышления, способностью	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							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.	
	промежуточная аттестация					ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели;	зачет

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности. 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. 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. 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	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							взаимоотношений СО со СМИ.	
							Знать: Уметь: Владеть:	
	ИТОГО:	**17**	**6**					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
2/3	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		
2/3	Человек как субъект коммуникации	Коммуникативные барьеры, их преодоление. Модель«значимого другого» А.В. Петровского. Личностная, объектная и обстоятельственная атрибуция.«Эффекты» межличностного восприятия (галоэффект, новизны	4	1	
2/3	Вербальная и невербальная коммуникации	Коммуникативные барьеры, их преодоление.Модель «значимого другого» А.В.Петровского. Личностная, объектная и обстоятельственная атрибуция.«Эффекты» межличностного восприятия (галоэффект, новизны и первичности, стереотипизации). Источники галоэфекта (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 пересекающиеся, скрытые трансакции. Возможности и значение трансактного анализа в деловом взаимодействии	2	1	
2/3	Стратегии устных деловых коммуникаций.	Отработка вопросов по теме:1. Количественные и ка- чественные методы исследования.2. Проблема репрезентативности и выборка.3. Количественные методы исследования СМИ. Качественные методы	4	1	
2/3	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	1	
2/3	Конфликтное взаимодействие в деловой сфере и управленческая этика	Основные модели конфликта. Способы раз-решения 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.	4	1	
2/3	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. Между-народная субкультура переговоров, их специфика в странах Запада и Востока. Проблемы деловой этики вРоссии.	4	1	
2/3	Управление информацией	Взаимодействия со средствами массовой информации. Каналы вы- хода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, доку- менты; критерии отбора и оценка	4	1	

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
		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 по-зиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Приемы создания и усиления новостей. Ал- горитм действий по работе соСМИ (мониторинг). Организация работы корпоративного пресс- центра, пресс-бюро; подготовка материалов для СМИ. Организаци- онные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой.			
2/3	Взаимодействие с целевыми группами	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. 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	4	1	
	ИТОГО:		**34**	**8**	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
	Раздел 1. Психология общенияТема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10	14	
	Раздел 1. Психология общенияТема 2. Человек как субъект коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям,написание выступления		10	14	
	Раздел 1. Психология общенияТема 3.Вербальная и невербальная коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10	14	
	Раздел 2. Структура коммуникативного процессаТема 4. Стратегии устных деловых коммуникаций	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10	14	
	Раздел 2. Структура коммуникативного процессаТема 5. Стратегии письменных деловых коммуникаций	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10	14	
	Раздел 2. Структура коммуникативного процессаТема 6. Конфликтное взаимодействие вделовой сфере и управленческая этика	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10	14	
	Раздел 2. Структура коммуникативного процессаТема 7. Национальные особенности деловых коммуникаций	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10	14	
	Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсахТема 8. Управление информацией	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10	14	
	Раздел 3. Коммуникативный менеджмент в СМИ и сетевых ресурсахТема 9. Взаимодействие с целевыми группами	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		13	14	
	ИТОГО:			**93**	**126**	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

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

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Лекции по курсу "Коммуникационный менеджмент" : [учебно-методическое пособие] / ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Каф. менеджмента и регион. экономики ; [сост.: Чудесова Н.Н., Новикова С.К.]. - Майкоп : Кучеренко В.О., 2013. - 40 с. - Библиогр.: с. 39 (4 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2000024858&DOK=038561&BASE=000530

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Захарова, Ю.А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром : практическое пособие / Ю.А. Захарова. - Москва : Дашков и К, 2020. - 124 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/90237.html. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03572-2	https://www.iprbookshop.ru/90237.html
Лепехин, Н.Н. Переговорная деятельность. Менеджмент, аналитика, коммуникация : учебное пособие / Н.Н. Лепехин. - Москва : Московский финансово-промышленный университет	https://znanium.com/catalog/document?id=234896
Папкова, О.В. Деловые коммуникации : учебное пособие / Папкова О.В. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. - 160 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1758027. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9558-0301-2. - ISBN 978-5-16-100641-2. - ISBN 978-5-16-006554-0	https://znanium.com/catalog/document?id=399272

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,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
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			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
5	7		Поведение потребителей
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде			
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	3		Психология массовых

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).			
1	1		Основы российской государственности
3	4		Культурология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата			
3	4		Культурология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды			
2	2		Психология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.			
2	2		Психология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.			
2	2		Психология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата			
2	2		Психология
2	3		Психология массовых коммуникаций
2	3		Коммуникационный менеджмент
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	910		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

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	
1	2	3	4	5	6
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата					
Знать: основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет
Уметь: подвергать критическому анализу проделанную работу.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
требований рынка труда.					
Уметь: - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач;- находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет
Уметь: - расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
(решения лингвистической задачи).					
Уметь: формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет
Уметь: разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).					
Знать: системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
взаимодействия, типы социальной коммуникации.					
Уметь: на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата					
Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет
Уметь: разрабатывать командную стратегию	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способность выполнять работы по архитектурно- строительному проектированию зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					
Знать: пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах					
Уметь: находить 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; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет
Уметь: применять методики для тактического планирования	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;					
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
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					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тестирование, зачет
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
коммуникаций и бренд-менеджмента; 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					
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, 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	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

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) паблицитного 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) паблик 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 ассиметричная 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 отрытого 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 разъяснением 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 ВНП 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 ВНП 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 положения 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 соответствие 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 от ношений, 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 организа-ции

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 (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Лекции по курсу "Коммуникационный менеджмент" : [учебно-методическое пособие] / ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Каф. менеджмента и регион. экономики ; [сост.: Чудесова Н.Н., Новикова С.К.]. - Майкоп : Кучеренко В.О., 2013. - 40 с. - Библиогр.: с. 39 (4 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2000024858&DOK=038561&BASE=000530
Папкова, О.В. Деловые коммуникации : учебное пособие / Папкова О.В. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. - 160 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1758027. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9558-0301-2. - ISBN 978-5-16-100641-2. - ISBN 978-5-16-006554-0	https://znanium.ru/catalog/document?pid=1758027

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Захарова, Ю.А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром : практическое пособие / Ю.А. Захарова. - Москва : Дашков и К, 2020. - 124 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/90237.html. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03572-2	http://www.iprbookshop.ru/90237.html
Лепехин, Н.Н. Переговорная деятельность. Менеджмент, аналитика, коммуникация : учебное пособие / Н.Н. Лепехин. - Москва : Московский финансово-промышленный университет "Синергия", 2014. - 272 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=234896. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-4257-0149-7	http://znanium.com/catalog/document?id=234896

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/ eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: https://www.alladvertising.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© "РИП-холдинг") : сайт – 1999. –

URL: http://www.advertology.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: https://www.sostav.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/ Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Раздел 1. Психология общения				
Тема 1.	Лекция,	Аудиторная	Устная	
Общение, его	конспектирование,	(изучение нового	речь,	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
сущность, структура, виды и функции	приобретение знаний, формирование	учебного материала, формирование и	письмо, схемы, рисунки,	
	умений и навыков,	совершенствование	учебники,	
	закрепление,	умений и навыков,	учебные	
	проверка знаний,	обобщение и	пособия	
	умений навыков	систематизация		
		знаний, контроль и		
		коррекция знаний)		

Тема 2. Человек	Лекция,	Аудиторная	Устная	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
как субъект	конспектирование,	(изучение нового	речь,	
коммуникации	приобретение	учебного	письмо,	
	знаний,	материала,	схемы,	
	формирование	формирование и	рисунки,	
	умений и навыков,	совершенствование	учебники,	
	закрепление,	умений и навыков,	учебные	
	проверка знаний,	обобщение и	пособия	
	умений навыков	систематизация		
		знаний, контроль и		
		коррекция знаний)		
Тема	Лекция,	Аудиторная	Устная	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
3.Вербальная и	конспектирование,	(изучение нового	речь,	
невербальная	приобретение	учебного	письмо,	
коммуникации	знаний,	материала,	схемы,	

	формирование	формирование и	рисунки,	
	умений и навыков,	совершенствование	учебники,	
	закрепление,	умений и навыков,	учебные	
	проверка знаний,	обобщение и	пособия	
	умений навыков	систематизация		
		знаний, контроль и		
		коррекция знаний)		
Раздел 2. Структура коммуникативного процесса				
Тема 4.	Лекция,	Аудиторная	Устная	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
Стратегии	конспектирование,	(изучение нового	речь,	
устных деловых	приобретение	учебного	письмо,	
коммуникаций.	знаний,	материала,	схемы,	
	формирование	формирование и	рисунки,	
	умений и навыков,	совершенствование	учебники,	
	закрепление,	умений и навыков,	учебные	

	проверка знаний, умений навыков	обобщение и систематизация	пособия	
		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-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
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-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
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	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.

		систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)		
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-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
Тема 9. Взаимодействие с целевыми группами	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и	Устная речь, письмо, схемы, рисунки,	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК 6.1, УК 6.2, УК 6.3, ПКУВ 3.1, ПКУВ 3.2, ПКУВ 3.3.
	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 (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

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

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: https://www.alladvertising.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт – 1999. – URL: http://www.advertology.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: https://www.sostav.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/

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

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает

Название
более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: https://www.alladvertising.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт – 1999. – URL: http://www.advertology.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: https://www.sostav.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/

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
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19)	Учебная мебель на 32 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияОперационная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (5-5-16)	Учебная мебель на 54 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияОперационная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияОперационная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияОперационная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095