

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 25.10.2025 00:31:37

Уникальный идентификатор:

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Менеджмента и региональной экономики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.И. Задорожная

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

по направлению подготовки

по профилю подготовки (специализации)

квалификация (степень) выпускника

форма обучения

год начала подготовки

Б1.В.09.01 Коммуникационный менеджмент

38.03.02 Менеджмент

Менеджмент

бакалавр

Очная, Заочная, Очно-заочная

2025

Майкоп



Составитель рабочей программы:

Старший преподаватель,

(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП

04.09.2025

(подпись)

Бабин Сергей Александрович

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Менеджмента и региональной экономики

(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

07.10.2025

Подписано простой ЭП

07.10.2025

(подпись)

Задорожная Людмила

Ивановна

(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП

заведующий выпускающей

кафедрой

по направлению подготовки

(специальности)

22.10.2025

Подписано простой ЭП

22.10.2025

(подпись)

Задорожная Людмила

Ивановна

(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ

(название подразделения)

10.10.2025

Подписано простой ЭП

10.10.2025

(подпись)

И. Б. Берберьян

(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: формирование знаний, умений и навыков в сфере управления внешними и внутренними коммуникациями с различными целевыми аудиториями, использования коммуникационных инструментов и технологий, нацеленных на повышение эффективности и результативности бизнеса, освоение навыков построения коммуникаций, раскрытие позитивных и негативных аспектов управления коммуникациями, формирование необходимых социальных и личностных навыков, а также развитие умений организовывать эффективные коммуникации как внутри организации, так и с внешней средой.

Задачи дисциплины (модуля):

- изучение теоретических основ коммуникационного менеджмента, сферы его применения в управлении бизнесом в целях повышения эффективности и результативности;
- ознакомление с современными подходами к управлению коммуникациями организаций;
- изучение особенностей коммуникации в условиях цифровой экономики;
- развитие у студентов предпринимательского мышления;
- освоение процесса управления внутренними и внешними коммуникациями, основных коммуникационных технологий и инструментов;
- формирование навыков применения полученных знаний на практике.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина входит в перечень обязательных дисциплин вариативной части ОП. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами базовой части «Теория менеджмента», «Персональный менеджмент». Дисциплина основана на знаниях научных законов организации общества и человекознания. Для освоения дисциплины необходимы представления о базовых экономических понятиях: типологии рынков и способах организации производственных систем; классификации потребностей человека.

В рамках данной дисциплины студентами изучаются следующие основополагающие аспекты:

- политика повышения эффективности коммуникаций;
- политика рационального использования каналов коммуникаций;
- инновационная политика;
- политика позиционирования продуктов;
- коммуникационная политика.



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):

УК-1.4	Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности
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-4.4	Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия



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.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРАТ	Контрол ь	СР		
Курс 2	Сем. 3	1	1	17	17	0.35	35.65	38	108	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРАТ	Контрол ь	СР		
Курс 2	Сем. 4	1	1	4	6	0.35	8.65	89	108	

Объем дисциплины и виды учебной работы по очно-заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРАТ	Контрол ь	СР		
Курс 3	Сем. 5	1	1	8	17	0.35	26.65	56	108	3



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

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3	Сущность, предмет и структура коммуникации	1 неделя	2		2				4		
3	Стратегические решения в области коммуникаций организации	2-3 недели	2		2				4		
3	Жизненный цикл коммуникации и его влияние на стратегические решения организации	4-5 недели	2		2				4		
3	Методы оценки коммуникаций организации на базе суждений потребителей	6-7 недели	2		2				4		
3	Оценка коммуникаций организации с точки зрения целей предприятия	8-9 недели	2		2				4		
3	Источники и методы поиска информационной составляющей коммуникаций организации	10-11 недели	2		2				4		
3	Разработка новых средств коммуникаций и выход на рынок	12-13 недели	2		2				4		
3	Сущность, значение и принципы формирования программы коммуникаций организаций	14-15 недели	2		2				5		
3	Методы оценки эффективности программы коммуникаций организаций	16-17 неделя	1		1		0,35	35,65	5		
	ИТОГО:		17		17		0.35	35.65	38		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
4	Сущность, предмет и структура коммуникации	0,5		0,5				10	
4	Стратегические решения в области коммуникаций организации	0,5		0,5				10	
4	Жизненный цикл коммуникации и его влияние на стратегические решения организации	0,5		0,5				10	
4	Методы оценки коммуникаций организации на базе суждений потребителей	0,5		0,5				10	

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
4	Оценка коммуникаций организации с точки зрения целей предприятия	0,5		0,5				10	
4	Источники и методы поиска информационной составляющей коммуникаций организации	0,5		0,5				10	
4	Разработка новых средств коммуникаций и выход на рынок	0,5		1				10	
4	Сущность, значение и принципы формирования программы коммуникаций организаций	0,25		1				10	
4	Методы оценки эффективности программы коммуникаций организаций	0,25		1		0,35	8,65	9	
	ИТОГО:	4		6		0.35	8.65	89	

5.3. Структура дисциплины для очно-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
5	Сущность, предмет и структура коммуникации	1		2			3	7	
5	Стратегические решения в области коммуникаций организации	1		2			3	7	
5	Жизненный цикл коммуникации и его влияние на стратегические решения организации	1		2			3	7	
5	Методы оценки коммуникаций организации на базе суждений потребителей	1		2			3	7	
5	Оценка коммуникаций организации с точки зрения целей предприятия	1		2			3	7	
5	Источники и методы поиска информационной составляющей коммуникаций организации	1		2			3	7	
5	Разработка новых средств коммуникаций и выход на рынок	1		2			3	7	
5	Сущность, значение и принципы формирования программы коммуникаций организаций	0,5		2			3	7	
5	Методы оценки эффективности программы коммуникаций организаций	0,5		1		0,35	2,65	0	
	ИТОГО:	8		17		0.35	26.65	56	

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
4	Сущность, предмет и структура коммуникации	2	0,5	1	Особенности коммуникаций в социальном организме. Технологические и социальные революции как фактор изменений в средствах и функциях массовых коммуникаций. Функции информирования, воспитания, снятия напряжения, коммуникации, организации поведения. Модель массовой коммуникации. Имиджелогия: цели и задачи. Имиджелогия и паблик рилейшнз, имиджелогия и реклама: общие черты и отличия. Понятие имиджа. Основные подходы к имиджу. Типы имиджей. Негативный имидж. Закон сочетания имиджей.	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: основные закономерности взаимодействия человека и общества; уметь: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности; уметь: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности; владеть: навыками коммуникации в родной и иноязычной среде, различными способами вербальной и невербальной коммуникации. работы в коллективе.	Лекция-беседа
4	Стратегические решения в области коммуникаций организации	2	0,5	1	Типология последствий воздействия средств массовой информации (поведенческие, установочные, когнитивные, физиологические). Теории массовой коммуникации и их роль в создании реальности окружающего мира. Инновационные процессы в обществе, роль рекламы и структур по связям с	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: индивидуальные, психологические различия между людьми, обусловленные характером, культурой, особенностями воспитания; уметь: устанавливать контакт с человеком, в соответствии с его особенностями восприятия мира, понимать свои возможности,	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
					общественностью в них. Потенции адаптации населения к нововведениям. Теория коммуникация как основа формирования управляемого имиджа. Основные модели коммуникации. Особенности использования вербальных и невербальных каналов коммуникации для формирования управляемого имиджа.		обосновывать свою точку зрения перед коллегами; владеть: навыками толерантного общения.	
4	Жизненный цикл коммуникации и его влияние на стратегические решения организации	2	0,5	1	Массовые коммуникации и их особенности. Специфика восприятия имиджевых сообщений массовым сознанием. Имидж как теория естественных иерархий. Основные этапы разработки имиджа. Факторы построения имиджа. Требования канала, аудитории, задачи. Стереотип, установки, влияние окружения, прошлого коммуникативного опыта на осуществление механизма функций средств массовой информации. Способы влияния общественного и группового мнения на личность. Эффекты и эффективность средств массовой информации. Понятие цели и результата деятельности. Типология коммуникаторов. Цели коммуникатора и цели аудитории. Схема коммуникативного	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: типы личности человека, психические и физиологические особенности человека, социальную значимость коллектива; уметь: работать в команде и в «контактной зоне», находить пути благоприятного разрешения конфликтов; владеть: навыками руководства подразделением предприятия, навыками	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
					процесса как сосуществования докоммуникативной, коммуникативной и посткоммуникативной фаз.			
4	Методы оценки коммуникаций организации на базе суждений потребителей	2	0,5	1	Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудиторий: анализ количества и качества. Соотношение массовых опросов и качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств. Технические и вербальные методы получения информации о потреблении аудиторией разных телепередач. Наиболее известные исследовательские структуры в мире и в России. Понятие «коммуникационная» цепочка. Эффекты коммуникации и выбор средств рекламы для их достижения. Анализ эффективности воздействия рекламного обращения на основе примеров из практики использования средств массовой информации. Планирование и использование СМИ и СМК. Методы стимулирования и реклама в рамках директ-маркетинга. Выбор предпродажных средств на основе целей	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: основные закономерности взаимодействия человека и общества; уметь: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности; уметь: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности; владеть: навыками коммуникации в родной и иноязычной среде, различными способами вербальной и невербальной коммуникации. работы в коллективе.	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. Выбор средств ИМК на основе целей коммуникации. Потребление массовой коммуникации как игра. Определение эффективности коммуникации в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Российский опыт изучения массовой коммуникации. Основные персоналии в мире теории и социологии массовой коммуникации. Имидж в контексте особенностей национальных культур. Имиджи стран и регионов. Национальные особенности имиджа в политике и бизнесе.			
4	Оценка коммуникаций организации с точки зрения целей предприятия	2	0,5	1	Выбор метода и разработка сценария исследования для достижения поставленных целей. Методы изучения достижения эффектов коммуникации. Контроль и оценка эффективности комплекса ИМК, выявление проблем и способы корректировки. Понятие «износа» рекламы. Этапы проверки и корректировки. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. Ангажированность средств массовой информации. Информационный продукт, его производство. Понятие	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: индивидуальные, психологические различия между людьми, обусловленные характером, культурой, особенностями воспитания; уметь: устанавливать контакт с человеком, в соответствии с его особенностями восприятия мира, понимать свои возможности, обосновывать свою точку зрения перед коллегами; владеть: навыками толерантного общения	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
					качества издания. Стандарты качества информации. Формы и способы контроля над качеством. «Массовидные» вкусы аудитории. Глобализация информационных процессов на современном этапе. Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, влияние их на национальные культуры, на национальные ценности. Проблемы информационного общества. Имидж и миф. Мифологизация и архаизация как инструменты имиджологии.			
4	Источники и методы поиска информационной составляющей коммуникаций организации	2	0,5	1	Разработка маркетинговой и рекламной стратегии использования средств массовой коммуникации, определение целей использования СМК. Медиаплан: понятие, принципы, основные этапы разработки. Основные коэффициенты и показатели, используемые в медиапланировании. Анализ количественных характеристик медиаплана. Разработка графика размещения рекламы. Схемы охвата и частоты. Маркетинговые источники, творческие источники, информация о средствах рекламы – составляющие концепции	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.4; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: типы личности человека, психические и физиологические особенности человека, социальную значимость коллектива; уметь: работать в команде и в «контактной зоне», находить пути благоприятного разрешения конфликтов; владеть: навыками руководства подразделением предприятия, навыками	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
					<p>рекламной кампании. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории, географическая, стратегия продолжительности и привязки во времени. Контроль выполнения медиаплана и оценка его эффективности. Глобализация потребительских рынков и глобальное мышление: их влияние на медиапланирование. Программное обеспечение медиапланирования. Типология прессы, ее особенности как рекламоносителя. Особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения в них рекламы и достижения целей коммуникации. Журналы как рекламоносители. Преимущества и недостатки журналов как рекламоносителей. Перспективы развития рынка прессы. Особенности регионального рынка прессы. Радио и телевидение как рекламоносители, преимущества и недостатки их как каналов коммуникации. Основные характеристики радио и телевидения как инструментов достижения и информирования целевых аудиторий. Перспективы</p>			

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
					развития рынка теле- и радиорекламы. Особенности развития региональных рынков электронных средств массовой информации. Возможности интернета как рекламоносителя. Способы размещения информации в интернет и перспективы развития данного средства массовой коммуникации, в т.ч. региональный аспект. Вербализация как инструмент имиджологии. Использование визуальных каналов для построения имиджа. Позиционирование как инструмент имиджологии. Формат как процесс создания контекстов.			
4	Разработка новых средств коммуникаций и выход на рынок	2	0,5	1	Формы присутствия рекламы в средствах массовой коммуникации. Понятие скрытой рекламы. Влияние рекламы на содержание рекламоносителя. Средства массовой коммуникации и реклама: способы регулирования отношений с целевой аудиторией. Контекст в рекламе. Проблема количества и содержания рекламы. Средства создания управляемого имиджа (замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанцирование, детализация, акцентирование информации, эмоционализация,	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: основные закономерности взаимодействия человека и общества; уметь: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности; уметь: использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности; владеть: навыками коммуникации в родной и иноязычной среде, различными способами вербальной и	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
					метафоризация и др.) Нейролингвистическое программирование как инструмент имиджологии. Методы внедрения моделей восприятия.		невербальной коммуникации	
4	Сущность, значение и принципы формирования программы коммуникаций организаций	2	0,25	0,5	Выбор каналов коммуникации на основе целей маркетинга. Понятие «основное» средство рекламы, его характеристики. Понятие «вспомогательное» средство рекламы, его назначение. Средства рекламы с «сильным» и «слабым» вниманием. Характеристики вспомогательных рекламоносителей: выставочное и ярмарочное дело, спонсорство, директ-маркетинг, стимулирование сбыта как инструмент повышения продаж. Имидж бизнеса и предпринимательства в массовом сознании. Понятие корпоративной культуры. Корпоративный имидж. Создание корпоративного имиджа. Фирменный стиль, его элементы. Имидж в политике, его особенности. Имидж власти, государства, его отдельных структур. Имидж политических партий и движений. Имидж политического лидера.	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: индивидуальные, психологические различия между людьми, обусловленные характером, культурой, особенностями воспитания; уметь: устанавливать контакт с человеком, в соответствии с его особенностями восприятия мира, понимать свои возможности, обосновывать свою точку зрения перед коллегами; владеть: навыками толерантного общения	Лекция-беседа
4	Методы оценки эффективности программы коммуникаций организаций	1	0,25	0,5	Понятие «Медиапланирование», его назначение. Типы целевых аудиторий и	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;	знать: типы личности человека, психические и физиологические особенности человека,	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
					<p>целевое поведение. Аудитории СМК как типоформирующий признак. Факторы, влияющие на состав аудиторий средств массовой информации. Цели рекламной коммуникации и позиционирование. Позиция торговой марки. Выбор и значение средств массовой информации. Актуальность имиджевой рекламы. Возрастные значения имиджевой рекламы. От прямой рекламы — к созданию рекламного образа. Торговая марки и брэнд. Брендинг как инструмент имиджевой рекламы. Личный имидж делового человека, бизнесмена. Основные направления работы по формированию личного имиджа.</p>		<p>социальную значимость коллектива; уметь: работать в команде и в «контактной зоне», находить пути благоприятного разрешения конфликтов; владеть: навыками руководства подразделением предприятия, навыками</p>	
	ИТОГО:	17	4	8				

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
4	Сущность, предмет и структура коммуникации	Особенности коммуникаций в организации. Модель массовой коммуникации. Понятие имиджа.	2	0,5	2
4	Стратегические решения в области коммуникаций организации	Типология последствий воздействия средств массовой информации (поведенческие, установочные, когнитивные, физиологические). Теории массовой коммуникации и их роль в создании реальности окружающего мира. Инновационные процессы в обществе, роль рекламы и структур по связям с общественностью в них. Потенци адаптации населения к нововведениям. Теория коммуникация как основа формирования управляемого имиджа. Основные модели коммуникации. Особенности использования вербальных и невербальных каналов коммуникации для формирования управляемого имиджа.	2	0,5	2
4	Жизненный цикл коммуникации и его влияние на стратегические решения организации	Массовые коммуникации и их особенности. Специфика восприятия имиджевых сообщений массовым сознанием. Имидж как теория естественных иерархий. Основные этапы разработки имиджа. Факторы построения имиджа. Требования канала, аудитории, задачи. Стереотип, установки, влияние окружения, прошлого коммуникативного опыта на осуществление механизма функций средств массовой информации. Способы влияния общественного и группового мнения на личность. Эффекты и эффективность средств массовой информации. Понятие цели и результата деятельности. Типология коммуникаторов. Цели коммуникатора и цели аудитории. Схема коммуникативного процесса как сосуществования докоммуникативной, коммуникативной и посткоммуникативной фаз.	2	0,5	2
4	Методы оценки коммуникаций организации на базе суждений потребителей	Факторы, определяющие границы аудитории. Методы изучения аудиторий: анализ количества и качества. Соотношение массовых опросов и качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств. Технические и вербальные методы получения информации о потреблении аудиторией разных телепередач. Наиболее известные исследовательские структуры в мире и в России. Понятие «коммуникационная» цепочка. Эффекты коммуникации и выбор средств рекламы для их достижения. Анализ эффективности воздействия рекламного обращения на основе примеров из практики использования средств массовой информации. Планирование и использование СМИ и СМК. Методы стимулирования и реклама в рамках директ-маркетинга. Выбор предпродажных средств на основе целей коммуникации. Выбор средств ИМК на основе целей коммуникации. Потребление массовой коммуникации как игра. Определение эффективности коммуникации в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Российский опыт изучения массовой коммуникации. Основные персоналии в миретеории и социологии массовой коммуникации. Имидж в контексте особенностей национальных культур.	2	0,5	2
4	Оценка коммуникаций организации с точки зрения целей предприятия	Выбор метода и разработка сценария исследования для достижения поставленных целей. Методы изучения достижения эффектов коммуникации. Контроль и оценка эффективности комплекса ИМК, выявление проблем и способы корректировки. Понятие «износа» рекламы. Этапы проверки и корректировки. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. Ангажированность средств массовой информации. Информационный продукт, его производство. Понятие качества издания. Стандарты качества информации. Формы и способы контроля над качеством. «Массовидные» вкусы аудитории. Глобализация информационных процессов на	2	0,5	2

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
		современном этапе. Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, влияние их на национальные культуры, на национальные ценности. Проблемы информационного общества. Имидж и миф. Мифологизация и архаизация как инструменты имиджелогии.			
4	Источники и методы поиска информационной составляющей коммуникаций организации	Разработка маркетинговой и рекламной стратегии использования средств массовой коммуникации, определение целей использования СМК. Медиаплан: понятие, принципы, основные этапы разработки. Основные коэффициенты и показатели, используемые в медиапланировании. Анализ количественных характеристик медиаплана. Разработка графика размещения рекламы. Схемы охвата и частоты. Комбинированные СМИ – аккумулятивный охват. Маркетинговые источники, творческие источники, информация о средствах рекламы – составляющие концепции рекламной кампании. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории, географическая, стратегия продолжительности и привязки во времени. Контроль выполнения медиаплана и оценка его эффективности. Глобализация потребительских рынков и глобальное мышление: их влияние на медиапланирование. Программное обеспечение медиапланирования. Типология прессы, ее особенности как рекламоносителя. Особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет сточки зрения размещения в них рекламы и достижения целей коммуникации. Журналы как рекламоносители. Преимущества и недостатки журналов как рекламоносителей. Перспективы развития рынка прессы. Особенности регионального рынка прессы. Радио и телевидение как рекламоносители, преимущества и недостатки их как каналов коммуникации.	2	0,5	2
4	Разработка новых средств коммуникаций и выход на рынок	Формы присутствия рекламы в средствах массовой коммуникации. Понятие скрытой рекламы. Влияние рекламы на содержание рекламоносителя. Средства массовой коммуникации и реклама: способы регулирования отношений. Контекст в рекламе. Проблема количества и содержания рекламы. Средства создания управляемого имиджа (замена целей, подача противоречивых сигналов, дистанцирование, детализация, акцентирование информации, эмоционализация, метафоризация и др.) Нейролингвистическое программирование как инструмент имиджелогии. Методы внедрения моделей восприятия.	2	1	2
4	Сущность, значение и принципы формирования программы коммуникаций организаций	Выбор каналов коммуникации на основе целей маркетинга. Понятие «основное» средство рекламы, его характеристики. Понятие «вспомогательное» средство рекламы, его назначение. Средства рекламы с «сильным» и «слабым» вниманием. Характеристики вспомогательных рекламоносителей: выставочное и ярмарочное дело, спонсорство, директ-маркетинг, стимулирование сбыта как инструмент повышения продаж. Имидж бизнеса и предпринимательства в массовом сознании. Понятие корпоративной культуры. Корпоративный имидж. Создание корпоративного имиджа. Фирменный стиль, его элементы. Имидж в политике, его особенности. Имидж власти, государства, его отдельных структур. Имидж политических партий и движений. Имидж политического лидера.	2	1	2
4	Методы оценки эффективности программы коммуникаций организаций	Понятие «Медиапланирование», его назначение. Типы целевых аудиторий и целевое поведение. Аудитории СМК как типформирующий признак. Факторы, влияющие на состав аудиторий средств массовой информации. Цели рекламной коммуникации и позиционирование. Позиция торговой марки. Выбор и значение средств массовой информации. Актуальность имиджевой рекламы. Возрастание значения имиджевой рекламы. От прямой рекламы — к созданию рекламного образа. Торговая марки и бренд. Брендинг как инструмент имиджевой рекламы. Личный имидж делового человека, бизнесмена.	1	1	1

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
	ИТОГО:		17	6	17

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
5	Сущность, предмет и структура коммуникации	СРС №1 на тему «Сущность, предмет и структура коммуникации». Работа предполагает самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы: Модель массовой коммуникации. Имиджелогия: цели и задачи. Имиджелогия и публич-рилейшнз, имиджелогия и реклама: общие черты и отличия. Понятие имиджа.	1 неделя	4	10	7
5	Стратегические решения в области коммуникаций организации	СРС №2 на тему «Стратегические решения в области коммуникаций организации». Работа предполагает самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы: Теории массовой коммуникации и их роль в создании реальности окружающего мира. Инновационные процессы в обществе, роль рекламы и структур по связям с общественностью в них. Потенции адаптации населения к нововведениям.	2-3 недели	4	10	7
5	Жизненный цикл коммуникации и его влияние на стратегические решения организации	СРС №3 на тему «Жизненный цикл коммуникаций и его влияние на стратегические решения организации». Работа предполагает самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы: Эффекты и эффективность средств массовой информации. Понятие цели и результата деятельности. Типология коммуникаторов. Цели коммуникатора и цели аудитории. Схема коммуникативного процесса как сосуществования докоммуникативной, коммуникативной и посткоммуникативной фаз.	4-5 недели	4	10	7
5	Методы оценки коммуникаций организации на базе суждений потребителей	СРС №4 на тему «Методы оценки коммуникаций организации на базе суждений потребителей». Работа выполняется на материалах реально представленного на рынке коммуникационного проекта, что повышает ее практическую значимость. Цель выполнения работы: синтезировать полученные теоретические знания в практическую концепцию управления коммуникациями организации. Задачи и ход выполнения работы: 1. Изучить рекомендуемую литературу. 2. Подробно рассмотреть методы оценки коммуникаций. 3. Выбрать в качестве объекта исследования группу (5 единиц) реально представленных на рынке товаров. 4. Обосновать выбор модели оценки рыночной адекватности избранных продуктов. 5. Методом опроса целевой группы потребителей выявить ключевые атрибуты выбранных продуктов. 6. Произвести оценку коммуникаций выбранных продуктов. 7. Разработать и представить рекомендации по совершенствованию позиций исследованных продуктов. Работа выполняется в объеме не менее 10 листов формата А4 и оформляется в соответствии с требованиями предъявляемыми к научным работам.	6-7 недели	4	10	7
5	Оценка коммуникаций организации с точки зрения целей предприятия	СРС №5 на тему «Оценка коммуникаций организации с точки зрения целей предприятия». Работа выполняется на материалах реально представленного на рынке предприятия или организации, что повышает ее практическую значимость. Цель выполнения работы: синтезировать полученные теоретические знания в практическую концепцию управления коммуникациями организации. Задачи и ход выполнения работы: 1. Изучить	8-9 недели	4	10	7

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
		рекомендуемую литературу. 2. Подробно рассмотреть методы оценки коммуникаций с точки зрения экономических целей организации. 3. Ознакомиться с методикой ABC-анализа. 4. Выбрать в качестве объекта исследования реально представленную на рынке товаров или услуг организацию. 5. Собрать материалы по объемам продаж изучаемой организации за последний календарный год (помесечно). 6. Провести помесечно и за год ABC-анализ не менее 15 товарных единиц (групп). 7. Составить ABC-графики. Разработать и представить рекомендации по совершенствованию позиций исследованных продуктов.				
5	Источники и методы поиска информационной составляющей коммуникаций организации	СРС №6 на тему «Разработка новых средств коммуникаций и выход на рынок». Работа выполняется на материалах реально представленного на рынке коммуникационного продукта или услуги, что повышает ее практическую значимость. Цель выполнения работы: синтезировать полученные теоретические знания в практическую концепцию управления коммуникациями организации. Задачи и ход выполнения работы: 1. Изучить рекомендуемую литературу. 2. Подробно рассмотреть методы поиска идей новых коммуникационных продуктов. 3. Выбрать в качестве объекта исследования реально представленную на рынке товаров или услуг организацию. 4. Выявить необходимость внедрения новинок в области коммуникаций. 5. Обосновать выбор метода поиска идей новых коммуникаций. 6. Методом опроса потребителей или персонала организации получить сведения о желаемых параметрах новинок. Разработать и представить рекомендации по разработке и внедрению на рынок новинок.	10-11 недели	4	10	7
5	Разработка новых средств коммуникаций и выход на рынок	СРС №7 на тему «Методы оценки эффективности программы коммуникационного предложения». Работа предполагает самостоятельное изучение и конспект следующих вопросов темы: Выбор и значение средств массовой информации. Актуальность имиджевой рекламы. Возрастание значения имиджевой рекламы. От прямой рекламы – к созданию рекламного образа. Торговая марки и бренд. Брендинг как инструмент имиджевой рекламы.	12-13 недели	4	10	7
5	Сущность, значение и принципы формирования программы коммуникаций организаций	Выбор каналов коммуникации на основе целей маркетинга. Понятие «основное» средство рекламы, его характеристики. Понятие «вспомогательное» средство рекламы, его назначение. Средства рекламы с «сильным» и «слабым» вниманием. Характеристики вспомогательных рекламоносителей: выставочное и ярмарочное дело, спонсорство, директ-маркетинг, стимулирование сбыта как инструмент повышения продаж. Имидж бизнеса и предпринимательства в массовом сознании. Понятие корпоративной культуры. Корпоративный имидж. Создание корпоративного имиджа. Фирменный стиль, его элементы. Имидж в политике, его особенности. Имидж власти, государства, его отдельных структур. Имидж политических партий и движений. Имидж политического лидера. Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода. Составление плана-конспекта.	14-15 недели	5	10	7
5	Методы оценки эффективности программы коммуникаций организаций	Понятие «Медиапланирование», его назначение. Типы целевых аудиторий и целевое поведение. Аудитории СМК как типформирующий признак. Факторы, влияющие на состав аудиторий средств массовой информации. Цели рекламной коммуникации и позиционирование. Позиция торговой марки. Выбор и значение средств массовой информации. Актуальность имиджевой рекламы. Возрастание значения имиджевой рекламы. От прямой рекламы — к созданию	16-17 недели	5	9	0

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
		рекламного образа. Торговая марки и бренд. Брендинг как инструмент имиджевой рекламы.				
	ИТОГО:			38	89	56

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
338.24(07) Л 43 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
338.24(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Коммуникационный менеджмент» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / М-во науки и высш. образования РФ, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и управления, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Кумпилова А.Р. - Майкоп : Б.и., 2025. - 76 с. - Текст : электронный. - Библиогр.: с. 67 (7 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100042050

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Васильева, Е.Ю. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие / Е.Ю. Васильева, Н.В. Сергиевская. - Москва : МИСИ-МГСУ, 2020. - 44 с. - Текст : электронный. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/101795.html . - Режим доступа: по подписке. - IPR. - ISBN 978-5-7264-2126-1	http://www.iprbookshop.ru/101795.html
Емельянов, С.М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С.М. Емельянов, А.В. Пряхина ; под общ. ред. С.М. Емельянова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 272 с. - Текст : электронный. - ЭБС Знаниум. - Znanium. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2172466 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9729-1811-9	https://znanium.ru/catalog/product/2172466
Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Шарков Ф.И. - 7-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2023. - 488 с. - Текст : электронный. - ЭБС Знаниум. - Znanium. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082722 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-05111-1	https://znanium.com/catalog/product/2082722
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
Сафонова, Л.А. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Л.А. Сафонова. - Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2024. - 79 с. - Текст : электронный. - ЭБС IPR SMART. - IPR. - URL: https://www.iprbookshop.ru/149513.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 2227-8397	https://www.iprbookshop.ru/149513.html
Технологии управления общественным мнением : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Егорова Е.С., Милаева О.В. [и др.]. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 240 с. - Текст : электронный. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=346715 . - Режим доступа: по подписке. - Znanium. - ISBN 978-5-9729-0306-1	http://znanium.com/catalog/document?id=346715

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 согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности			
3	3	3	Политология
3	4	5	Коммуникационный менеджмент
5	5	5	Рекламный менеджмент
8	9	9	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
1	1	1	Философия
12	12	12	Математика
1	1	1	Концепции современного естествознания
2	2	2	Теоретические основы товароведения
1	2	2	Теория государственного и муниципального управления
2	2	2	Теория менеджмента
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
4	4	5	Экзамен по модулю "Секретарь-машинистка"
7	7	7	Стратегический менеджмент
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.			
3	3	3	Политология
4567	4567	4567	Проектный практикум
1	1	1	Основы российской государственности
3	4	5	Коммуникационный менеджмент
4	4	4	Управление человеческими ресурсами
8	9	9	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
4	4	5	Экзамен по модулю "Секретарь-машинистка"
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия			
3	4	5	Коммуникационный менеджмент
4	4	4	Управление человеческими ресурсами
7	7	7	Этика менеджмента
7	7	7	Деловой иностранный язык в менеджменте
8	9	9	Выполнение и защита



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			выпускной квалификационной работы
2	2	2	Адыгейский язык
2	2	2	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
4	4	5	Экзамен по модулю "Секретарь-машинистка"
1	1	1	Русский язык и культура речи

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-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 взаимодействия, типы социальной коммуникации.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тест, экзамен
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-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия					
Знать: этические нормы языка; понятия	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные	Сформированные систематические знания	Тест, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
«речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства			пробелы знания		
Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач					
УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности					
Знать: - основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарном знания.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тест, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Уметь: - критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - конкретной методологией и базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса задач научно-исследовательского и прикладного характера.	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

Экзаменационные вопросы:

1. Менеджмент как наука. Суть управления.
2. Суть коммуникационного менеджмента, его функции и задачи.
3. Организация и ее признаки. Внутренняя и внешняя среда организации.
4. Законы существования организации. Разновидности организации.
5. Корпоративная культура организации. Компоненты корпоративной культуры, ее функции.
6. Типы корпоративной культуры, формальные и неформальные ценности.
7. Управление репутацией организации, корпоративный репутационный PR.
8. Управление имиджем организации, стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.
9. Коммуникационный менеджмент и публичных отношений.
10. Коммуникационный процесс и его структура. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.



11. Особенности работы руководителя. Стили управления. Стили коммуникаций как характеристика менеджера.
12. Коммуникация и информация. Информационно-инструментальная парадигма изучения коммуникации.
13. Информационно-коммуникационная модель управления. Классификация информации.
14. Требования к управленческой информации. Алгоритм информационного поиска.
15. Коммуникационный менеджмент как процесс. Коммуникатор, целевая аудитория, ключевое сообщение, каналы коммуникаций.
16. Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия.
17. Интегрированные маркетинговые коммуникации в коммуникационном менеджменте.
18. Принципы планирования в коммуникационном менеджменте.
19. Коммуникационная программа как основа планирования. Определение проблемы.
20. Планирование и программирование как этап коммуникационной программы: что необходимо изменить, сделать, исходя из известного о ситуации?
21. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы: кто, где, как именно, когда должен это сделать?
22. Оценка и контроль коммуникационной программы.
23. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте. Природа процесса принятия решений. Организационные решения.
24. Подходы к принятию решений. Рациональное решение.
25. Системный и ситуационный подходы к управлению. Моделирование ситуаций.
26. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
27. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью, коммуникационный аудит.
28. Компьютерные программы обработки социальной информации.
29. Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.
30. Сущностные и содержательные признаки управления.
31. Характеристика ценностных приоритетов управления.

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



Требования к выполнению тестовых заданий:

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

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 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.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- 1) закрытая форма — является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.
- 2) открытая форма — вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие — части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).
- 3) установление соответствия — в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;
- 4) установление последовательности — предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

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 50 %;

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

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.



Требования к проведению экзамену:

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы обучающегося в течение семестра (семестров) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении профессиональных задач.

Критерии оценки знаний при проведении экзамена:

Оценка «отлично» — выставляется бакалавру, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» — выставляется бакалавру, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» — выставляется бакалавру, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» — выставляется бакалавру, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
338.24(07) Л 43 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.mkgstu.ru:8002/libdata.php?id=2000024858
338.24(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Коммуникационный менеджмент» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / М-во науки и высш. образования РФ, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и управления, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Кумпилова А.Р. - Майкоп : Б.и., 2025. - 76 с. - Текст : электронный. - Библиогр.: с. 67 (7 назв.)	http://lib.mkgstu.ru:8002/libdata.php?id=2100042050
Емельянов, С.М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С.М. Емельянов, А.В. Пряхина ; под общ. ред. С.М. Емельянова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 272 с. - Текст : электронный. - ЭБС Знаниум. - Znanium. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2172466 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9729-1811-9	https://znanium.ru/catalog/product/2172466
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

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
338.24(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Коммуникационный менеджмент» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / М-во науки и высш. образования РФ, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и управления, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Кумпилова А.Р. - Майкоп : Б.и., 2025. - 76 с. - Текст : электронный. - Библиогр.: с. 67 (7 назв.)	http://lib.mkgstu.ru:8002/libdata.php?id=2100042050
Емельянов, С.М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С.М. Емельянов, А.В. Пряхина ; под общ. ред. С.М. Емельянова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 272 с. - Текст : электронный. - ЭБС Знаниум. - Znanium. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2172466 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9729-1811-9	https://znanium.ru/catalog/product/2172466
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
Сафонова, Л.А. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Л.А. Сафонова. - Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2024. - 79 с. - Текст : электронный. - ЭБС IPR SMART. - IPR. - URL: https://www.iprbookshop.ru/149513.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 2227-8397	https://www.iprbookshop.ru/149513.html



8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - - URL: <http://znaniy.com/catalog/>. – 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://znaniy.com/catalog/IPRBooks>. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования.ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 - . - URL: <https://urait.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Образовательная платформа Юрайт — образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов — преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео-и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей, доступными 24 часа 7 дней в неделю.-----КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. – URL: <http://www.consultant.ru>. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.ЗАО "КонсультантПлюс" (ИНН 7702044361) осуществляет деятельность в области информационных технологий, является разработчиком справочной правовой системы КонсультантПлюс.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. (<https://www.consultant.ru/about/> © КонсультантПлюс, 1992-2024)ИПО "ГАРАНТ": информационно-правовое обеспечение. – Москва, – URL: <https://www.garant.ru/>. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Компания "Гарант" - одна из ведущих информационных компаний России. Она является разработчиком компьютерной справочной правовой системы ГАРАНТ и комплекса информационно-правового обеспечения (ИПО).В настоящее время при помощи ИПО ГАРАНТ свои задачи решают сотни тысяч специалистов по всей стране. Доступ к открытым информационным правовым ресурсам, поддерживаемым компанией, имеют миллионы граждан. Компанией реализованы инновационные решения с применением новейших компьютерных технологий, интернета, мобильных устройств, интерактивного формата представления данных, спутниковых технологий. Это позволяет всем, кому необходима правовая информация, быстро и точно находить ее, будучи при этом в любой точке страны. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003. – URL: <http://diss.rsl.ru/?lang=ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ.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) <http://diss.rsl.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.РНЦИ (Российский центр научной информации) Ресурсы открытого доступа : сайт. – Москва. – URL: <https://podpiska.rcsi.science/resources/> - Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.Материалы о полнотекстовых коллекциях журналов и книг, диссертаций, материалов конференций и др.; библиографических, реферативно-аналитических, предметно-ориентированных и фактографических базах данных: В подразделе “Ресурсы открытого доступа” собрана информация о наиболее востребованных открытых библиотеках и онлайн-сервисах.РНЦИ (Российский центр научной информации) Ресурсы бессрочного доступа : сайт. – Москва. – URL: <https://podpiska.rcsi.science/resources/termless/> - Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.Материалы о полнотекстовых коллекциях журналов и книг, диссертаций, материалов конференций и др.; библиографических, реферативно-аналитических, предметно-ориентированных и фактографических базах данных: В подразделе “Ресурсы бессрочного доступа” представлена информация о ресурсах, доступных организациям в рамках централизованной (национальной) подписки бессрочно, в соответствии с лицензионными соглашениями.РНЦИ (Российский центр научной информации) - Книги, изданные при поддержке РФФИ : сайт. – Москва. – URL: <https://www.rfbr.ru/library/books> - Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.Springer JournalsБаза данных, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer (год издания - 2023 г.),а именно тематическую коллекцию Life Sciences Package на платформе: <https://link.springer.com/> Nature JournalsБаза данных, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing Group, а именно журналы Nature journals, Academic journals,Scientific American (год издания - 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package на платформе https://www.nature.com/eBook_Collections (i.e. 2023 eBook collections)Полнотекстовая коллекция электронных книг (монографий) издательства Springer Nature по различным отраслям знаний на английском языке(год издания - 2023 г., в т.ч. выпущенных в 2022 г.), а именно тематические коллекции книг: Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences, Engineering Packages.На платформе: <http://link.springer.com/> <https://cyberleninka.ru/> 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>



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

В процессе подготовки письменной работы (курсовой работы, реферата, эссе, контрольной работы) студенты имеют возможность обосновать свое понимание темы, внести свои предложения. При подготовке письменной работы целесообразно придерживаться следующей схемы изучения вопросов:

- уяснение (осмысление), с учетом полученных в университете знаний, избранной темы письменной работы;
- подбор (поиск) необходимой научной, справочной, учебной литературы, статистических и социологических сведений, законодательных и иных нормативных правовых актов, а также иных источников;
- анализ и систематизация собранных по теме работы материалов;
- подготовка плана написания работы;
- написание текста работы в объеме, определяемом видом работы: курсовая работа – 25-30 стр.; реферат – 10-15 стр.; эссе – 7-8 стр.; контрольная работа – 3-5 стр.;
- оформление рукописи работы в соответствии с предъявляемыми требованиями (оформление титульного листа, сносок, библиографии).

При сборе материалов для написания работы важно ориентироваться как на современные новейшие литературные источники, так и на предшествующие последних 5-15 лет.

В ходе анализа и систематизации имеющихся по теме материалов намечается структура работы. Целесообразно план работы согласовать с научным руководителем, предложив для обсуждения несколько вариантов. В соответствии с согласованным планом осуществляется группировка материалов по главам, параграфам либо по пунктам и их систематизация, т.е. расположение в определенной логической последовательности. Рубрики или иные выделения в тексте должны акцентировать внимание на важных, узловых аспектах темы, выводах, рекомендациях, предложениях.

Написание работы осуществляется самостоятельно путем творческого изложения собранных научных материалов и нормативных источников. При использовании идей, выводов либо текстового материала (цитат) других авторов необходимо делать ссылку на соответствующее издание, где содержатся используемые идеи и материалы. Подготовленная рукопись требует повторного прочтения, критической оценки материала, с целью выявления наиболее слабых, отвлеченно-описательных, недостаточно аргументированных моментов, а также тех частей текста, содержание которых выходит за пределы темы письменной работы. Одновременно осуществляется литературная правка, проверяется правильность написания выходных данных (для научной работы - точное указание фамилии, имени, отчества автора (ов), название научного труда, место издания, название издательства, год издания, номера страниц).

Уточняется правильность оформления работы, написания научно-справочного аппарата в тексте и в конце письменной работы. Письменные работы оформляются на стандартной бумаге А4. Текст печатается через полтора интервала и только с одной стороны листа. Сноски оформляются внизу страницы через один интервал или в квадратных скобках в тексте работы. Необходимо соблюдать следующие размеры полей: левое – 30 мм., правое – 10 мм., верхнее и нижнее – 20 мм. Шрифт: Times New Roman. 14 кегль для основного текста и 10 кегль для сносок внизу страницы.

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
1С Предприятие 8.3 - учебная версия Свободная лицензия
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Notepad++ Свободная лицензия

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

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

Название
Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'ЗНАНИУМ'. – Москва, 2011 - - URL: http://znaniy.com/catalog . - 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://znaniy.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования.ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . - URL: https://urait.ru/ – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Образовательная платформа Юрайт — образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов — преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также используются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей, доступными 24 часа 7 дней в неделю.-----КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - URL: http://www.consultant.ru . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный.ЗАО 'КонсультантПлюс' (ИНН 7702044361) осуществляет деятельность в области информационных технологий, является разработчиком справочной правовой системы КонсультантПлюс.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. (https://www.consultant.ru/about/ © КонсультантПлюс, 1992-2024)ИПО 'ГАРАНТ': информационно-правовое обеспечение. – Москва, - URL: https://www.garant.ru/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный.Компания 'Гарант' - одна из ведущих информационных компаний России. Она является разработчиком компьютерной справочной правовой системы ГАРАНТ и комплекса информационно-правового обеспечения (ИПО).В настоящее время при помощи ИПО ГАРАНТ свои задачи решают сотни тысяч специалистов по всей стране. Доступ к открытым информационным правовым ресурсам, поддерживаемым компанией, имеют миллионы граждан. Компанией реализованы инновационные решения с применением новейших компьютерных технологий, интернета, мобильных устройств, интерактивного формата представления данных, спутниковых технологий. Это позволяет всем, кому необходима правовая информация, быстро и точно находить ее, будучи при этом в любой точке страны. http://www.iprbookshop.ru/586.html
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 более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. https://нэб.рф/
Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003. - URL: http://diss.rsl.ru/?lang=ru . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. – Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для



Название
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) http://diss.rsl.ru/

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

Название
Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'ЗНАНИУМ'. – Москва, 2011 - - URL: http://znaniy.com/catalog . - 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://znaniy.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования.ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . - URL: https://urait.ru/ – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Образовательная платформа Юрайт — образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов — преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей, доступными 24 часа 7 дней в неделю.-----КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. – URL: http://www.consultant.ru . – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.ЗАО 'КонсультантПлюс' (ИНН 7702044361) осуществляет деятельность в области информационных технологий, является разработчиком справочной правовой системы КонсультантПлюс.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. (https://www.consultant.ru/about/ © КонсультантПлюс, 1992-2024)ИПО 'ГАРАНТ': информационно-правовое обеспечение. – Москва, – URL: https://www.garant.ru/ . – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Компания 'Гарант' - одна из ведущих информационных компаний России. Она является разработчиком компьютерной справочной правовой системы ГАРАНТ и комплекса информационно-правового обеспечения (ИПО).В настоящее время при помощи ИПО ГАРАНТ свои задачи решают сотни тысяч специалистов по всей стране. Доступ к открытым информационным правовым ресурсам, поддерживаемым компанией, имеют миллионы граждан. Компанией реализованы инновационные решения с применением новейших компьютерных технологий, интернета, мобильных устройств, интерактивного формата представления данных, спутниковых технологий. Это позволяет всем, кому необходима правовая информация, быстро и точно находить ее, будучи при этом в любой точке страны. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003. – URL: http://diss.rsl.ru/?lang=ru . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ.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) http://diss.rsl.ru/
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



Название
<p>языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp</p> <p>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.РНЦИ (Российский центр научной информации) Ресурсы открытого доступа : сайт. – Москва. – URL: https://podpiska.rcsi.science/resources/ - Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.Материалы о полнотекстовых коллекциях журналов и книг, диссертаций, материалов конференций и др.; библиографических, реферативно-аналитических, предметно-ориентированных и фактографических базах данных: В подразделе “Ресурсы открытого доступа” собрана информация о наиболее востребованных открытых библиотеках и онлайн-сервисах.РНЦИ (Российский центр научной информации) Ресурсы бессрочного доступа : сайт. – Москва. – URL: https://podpiska.rcsi.science/resources/termless/ - Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.Материалы о полнотекстовых коллекциях журналов и книг, диссертаций, материалов конференций и др.; библиографических, реферативно-аналитических, предметно-ориентированных и фактографических базах данных: В подразделе “Ресурсы бессрочного доступа” представлена информация о ресурсах, доступных организациям в рамках централизованной (национальной) подписки бессрочно, в соответствии с лицензионными соглашениями.РНЦИ (Российский центр научной информации) - Книги, изданные при поддержке РФФИ : сайт. – Москва. – URL: https://www.rfbr.ru/library/books - Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.Springer JournalsБаза данных, содержащая полнотекстовые журналы издательства Springer (год издания - 2023 г.),а именно тематическую коллекцию Life Sciences Package на платформе: https://link.springer.com/ Nature JournalsБаза данных, содержащая полнотекстовые журналы Nature Publishing Group, а именно журналы Nature journals, Academic journals,Scientific American (год издания - 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package на платформе https://www.nature.com/eBook_Collections (i.e. 2023 eBook collections)Полнотекстовая коллекция электронных книг (монографий) издательства Springer Nature по различным отраслям знаний на английском языке(год издания - 2023 г., в т.ч. выпущенных в 2022 г.), а именно тематические коллекции книг: Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences, Engineering Packages.На платформе: http://link.springer.com/ https://cyberleninka.ru/</p>



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
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения ауд. 5-5-21, адрес: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского / ул. Пролетарская, дом № 30 / дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30 / ул. Пролетарская, дом № 234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска	7-Zip Свободная лицензия. Adobe Reader DC Свободная лицензия. Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Notepad++ Свободная лицензия
Учебные аудитории для проведения практических занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения ауд. 5-5-21, адрес: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского / ул. Пролетарская, дом № 30 / дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30 / ул. Пролетарская, дом № 234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска	7-Zip Свободная лицензия. Adobe Reader DC Свободная лицензия. Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Notepad++ Свободная лицензия

