

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 30.08.2024 11:08:18  
Уникальный программный идентификатор:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

# АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ



В.Д. Серяков

«30» августа 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

## КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

### 38.03.02 Менеджмент

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): менеджмент организации

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)  
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«22» августа 2024 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой экономики и менеджмента

/к.э.н., Полянский Д.С./  
(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва 2024

## **1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Менеджмент организации» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 г. № 970 (ФГОС ВО 3++).

**Цели дисциплины:** формирование у студентов системы знаний и целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента, как одного из инновационных видов управленческой деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.).

### **Задачи дисциплины**

- определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности.
- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования.
- рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций.
- поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов.
- оценка разнообразия коммуникационных технологий.
- применение концептуальных основ коммуникационного менеджмента к различным сферам PR-деятельности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по стратегическому и тактическому планированию и организации производства, внутреннему аудиту, управлению рисками организации, осуществлению внутреннего контроля в экономических субъектах в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 22 ноября 2022 г. N 731н и выполнению обобщенной трудовой функции: руководство структурным подразделением внутреннего контроля (код С);

«Внутренний аудитор», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 24 июня 2015 г. N 398н и выполнению обобщенной трудовой функции: проведение внутренней аудиторской проверки и (или) выполнение консультационного проекта самостоятельно или в составе группы (код А); обобщенной трудовой функции: проведение внутренней аудиторской проверки и (или) выполнение консультационного проекта самостоятельно или в составе группы (код В);

«Специалист по управлению рисками», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ 30 августа 2018 г. N 564н и выполнению обобщенной трудовой функции: разработка отдельных функциональных направлений управления рисками (код В); трудовой функции: выработка мероприятий по воздействию на риск в разрезе отдельных видов и их экономическая оценка (код В/01.6); трудовой функции: оказание методической помощи и поддержка процесса управления рисками для ответственных за риск сотрудников организации - владельцев риска (код В/03.6).

## **2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.**

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-6** - Способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха).

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                                      | Планируемые результаты обучения |                                                                                                                                                                                                | Код результата обучения |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>ПК-6</b><br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | <b>Знать</b>                    | Основные виды планирования, установленные международными стандартами и законодательством Российской Федерации;                                                                                 | ПК-4 – 3.1              |
|                                                                                                                                                                                              |                                 | Основные современные способы тактического управления процессами планирования и организации производства, установленные международными стандартами.                                             | ПК-6 – 3.2              |
|                                                                                                                                                                                              | <b>Уметь</b>                    | Разрабатывать документацию по управлению процессами планирования и организации производства с учетом отраслевых особенностей;                                                                  | ПК-6 – У.1              |
|                                                                                                                                                                                              |                                 | Выполнять анализ способов тактического управления процессами планирования и организации на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха).                          | ПК-6 – У.2              |
|                                                                                                                                                                                              | <b>Владеть</b>                  | Навыками анализа способов тактического управления процессами планирования и организации на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха);                          | ПК-6 – В.1              |
|                                                                                                                                                                                              |                                 | Навыками разработки нормативно-методической базы для организации тактического управления процессами производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – В.2              |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.ДЭ.03.01 «Коммуникационный менеджмент» является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается обучающимися третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

#### 3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Социология», «Теория менеджмента», «Менеджмент организации», «Деловое общение».

#### 3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» является предшествующей для изучения таких учебных дисциплин как «Бизнес-планирование», «Инновационный менеджмент», «Основы предпринимательства», «Инновационный менеджмент», а также для выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часа).  
Дисциплина предполагает изучение 12 тем.

| № | Форма обучения | семестр | Общая трудоемкость |         | В том числе контактная работа с преподавателем |        |              |                    | сам. работа | вид контроля             |
|---|----------------|---------|--------------------|---------|------------------------------------------------|--------|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|
|   |                |         | в з.е.             | в часах | всего                                          | лекции | семинары, ПЗ | кур.раб/контр. раб |             |                          |
| 1 | Очная          | 5       | 3                  | 108     | 54                                             | 24     | 30           |                    | 54          | Зачет с оценкой          |
| 2 | Очно-заочная   | 5       | 3                  | 108     | 40                                             | 16     | 24           |                    | 68          | Зачет с оценкой          |
| 3 | Заочная        | 7       | 2                  | 72      | 10                                             | 4      | 6            |                    | 62          |                          |
|   |                | 8       | 1                  | 36      |                                                |        |              |                    | 32          | Зачет с оценкой (4 часа) |

### Очная форма обучения

| Наименование разделов и тем                                                    | Всего часов учебных занятий | в т. ч. аудиторных | Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час) |                                           |                         | контроль | Самостоятельная работа (час) | Код результата обучения  |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|----------|------------------------------|--------------------------|
|                                                                                |                             |                    | занятия лекционного типа                              | занятия семинарского (практического) типа | курсовое проектирование |          |                              |                          |
| 5 семестр                                                                      |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              |                          |
| Тема 1. Предмет и содержание коммуникационного менеджмента.                    | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – 3.1<br>ПК-6 – 3.2 |
| Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.               | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – 3.1<br>ПК-6 – 3.2 |
| Тема 3. Организационные отношение в коммуникационном менеджменте.              | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента.                              | 10                          | 6                  | 2                                                     | 4                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.               | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.            | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – В.1 |
| Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.          | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.2<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.   | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение.                       | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.2<br>ПК-6 – В.1 |
| Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента                    | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент                                       | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации. | 8                           | 4                  | 2                                                     | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |

|                        |            |           |           |           |  |          |           |  |
|------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|--|----------|-----------|--|
| <b>Зачет с оценкой</b> | <b>10</b>  |           |           |           |  | <b>4</b> | <b>6</b>  |  |
| <b>Всего за курс:</b>  | <b>108</b> | <b>50</b> | <b>24</b> | <b>26</b> |  | <b>4</b> | <b>54</b> |  |

### Очно-заочная форма обучения

| Наименование разделов и тем                                                    | Всего часов учебных занятий | в т. ч. аудиторных | Контактная работа обучающихся с преподавателем:<br>(час) |                                           |                         | контроль | Самостоятельная работа (час) | Код результата обучения  |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|----------|------------------------------|--------------------------|
|                                                                                |                             |                    | занятия лекционного типа                                 | занятия семинарского (практического) типа | курсовое проектирование |          |                              |                          |
| 5 семестр                                                                      |                             |                    |                                                          |                                           |                         |          |                              |                          |
| Тема 1. Предмет и содержание коммуникационного менеджмента.                    | 6                           | 2                  | 2                                                        |                                           |                         |          | 4                            | ПК-6 – 3.1<br>ПК-6 – 3.2 |
| Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.               | 10                          | 4                  | 2                                                        | 2                                         |                         |          | 6                            | ПК-6 – 3.1<br>ПК-6 – 3.2 |
| Тема 3. Организационные отношение в коммуникационном менеджменте.              | 6                           | 2                  |                                                          | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента.                              | 10                          | 4                  | 2                                                        | 2                                         |                         |          | 6                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.               | 10                          | 4                  | 2                                                        | 2                                         |                         |          | 6                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.            | 10                          | 4                  | 2                                                        | 2                                         |                         |          | 6                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – В.1 |
| Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.          | 6                           | 2                  |                                                          | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.2<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.   | 6                           | 2                  |                                                          | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение.                       | 10                          | 4                  | 2                                                        | 2                                         |                         |          | 6                            | ПК-6 – У.2<br>ПК-6 – В.1 |
| Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента                    | 6                           | 2                  |                                                          | 2                                         |                         |          | 4                            | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент                                       | 10                          | 4                  | 2                                                        | 2                                         |                         |          | 6                            | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации. | 8                           | 2                  | 2                                                        |                                           |                         |          | 6                            | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Зачет с оценкой                                                                | 10                          |                    |                                                          |                                           |                         | 4        | 6                            |                          |
| Всего за курс:                                                                 | 108                         | 36                 | 16                                                       | 20                                        |                         | 4        | 68                           |                          |

## Заочная форма обучения

| Наименование разделов и тем                                                    | Всего часов учебных занятий | в т. ч. аудиторных | Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час) |                                           |                         | контроль | Самостоятельная работа (час) | Код результата обучения  |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|----------|------------------------------|--------------------------|
|                                                                                |                             |                    | занятия лекционного типа                              | занятия семинарского (практического) типа | курсовое проектирование |          |                              |                          |
| 7 семестр                                                                      |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              |                          |
| Тема 1. Предмет и содержание коммуникационного менеджмента.                    | 14                          | 2                  | 2                                                     |                                           |                         |          | 12                           | ПК-6 – 3.1<br>ПК-6 – 3.2 |
| Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.               |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              | ПК-6 – 3.1<br>ПК-6 – 3.2 |
| Тема 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте.              |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента.                              | 14                          | 2                  | 2                                                     |                                           |                         |          | 12                           | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.               |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – У.2 |
| Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.            | 14                          | 2                  |                                                       | 2                                         |                         |          | 12                           | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – В.1 |
| Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.          |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              | ПК-6 – У.2<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.   | 16                          | 2                  |                                                       | 2                                         |                         |          | 14                           | ПК-6 – У.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение.                       |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              | ПК-6 – У.2<br>ПК-6 – В.1 |
| Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента                    |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент                                       | 14                          | 2                  |                                                       | 2                                         |                         |          | 12                           | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации. |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              | ПК-6 – В.1<br>ПК-6 – В.2 |
| Всего в семестре                                                               | 72                          | 10                 | 4                                                     | 6                                         |                         |          | 62                           |                          |
| 8 семестр                                                                      |                             |                    |                                                       |                                           |                         |          |                              |                          |
| Зачет с оценкой                                                                | 36                          |                    |                                                       |                                           |                         |          | 4                            | 32                       |
| Всего в семестре                                                               | 36                          |                    |                                                       |                                           |                         |          | 4                            | 32                       |
| Всего за курс:                                                                 | 108                         | 10                 | 4                                                     | 6                                         |                         |          | 4                            | 94                       |

### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).

#### Тема 1. Предмет и содержание коммуникационного менеджмента.

Понятие «коммуникация» и «коммуникации». Предмет и объект теории коммуникации. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика.

#### Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.

Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента.

### **Тема 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте.**

Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.

### **Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента.**

Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.

### **Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.**

Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п.

Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.

### **Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.**

Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия:

методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации.

Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

### **Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.**

Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом. Коммуникационный менеджмент в сфере образования и высшей школы.

### **Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.**

Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.

### **Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение.**

Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.

### **Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.**

Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.

### **Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент.**

Самомотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникационной стратегии организации.

## **Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации.**

Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда.

PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.

### **5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий**

#### **Семинар 1. Предмет и содержание коммуникационного менеджмента.**

##### **Вопросы:**

1. Суть коммуникационного менеджмента. Основные составляющие понятия коммуникации. Управление как деятельность.
2. Сфера применения коммуникационного менеджмента. Характеристика основных участников.
3. Место коммуникационного менеджмента среди других дисциплин и в теории управления. Обзор литературы по курсу.

#### **Семинар 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.**

##### **Вопросы:**

1. Охарактеризуйте пропаганду как разновидность коммуникативной технологии.
2. Каковы основные положения теории PR по Айви Ли?
3. Какие идеи Э. Бернайса и С. Блэка считаются сегодня общепризнанными в сфере управления коммуникациями?
4. Охарактеризуйте 4 модели публич-релейшнз, предложенных Дж. Грюнигом и Т. Хантом.
5. Что такое ситуационная модель управления коммуникациями? В каких случаях она применяется?

#### **Семинар 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте.**

##### **Вопросы:**

1. Сущность коммуникационной политики и основные принципы ее осуществления.
2. Коммуникативное пространство.

#### **Семинар 4. Технологии коммуникационного менеджмента.**

##### **Вопросы:**

1. Специфика коммуникационного менеджмента в различных типах организаций: промышленных, финансовых, коммерческих, государственных, общественных.
2. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности.
3. Выбор целевых аудиторий и средств коммуникации в определенной организационной среде.
4. Деловое общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.

#### **Семинар 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.**

##### **Вопросы:**

1. Что представляет собой коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика предприятия?
2. Какова роль коммуникативных стратегий?



3. Какие типы коммуникативных сетей предприятия наиболее эффективны?

4. Каковы ресурсы эффективного коммуникационного менеджмента?

#### **Семинар 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.**

##### **Вопросы:**

1. Какие отличительные характеристики имеет неформальная коммуникация?

2. Каковы особенности коммуникационного менеджмента при приеме и адаптации персонала?

3. Каковы особенности коммуникационного менеджмента при повышении квалификации и продвижении по службе?

4. Каковы особенности коммуникационного менеджмента по работе с персоналом в кризисной ситуации?

#### **Семинар 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.**

##### **Вопросы:**

1. Каким образом соотносятся понятия «коммуникационный менеджмент» и «социальный менеджмент»?

2. Каковы приоритетные технологии реализации коммуникационного менеджмента в различных сферах социальной жизни?

3. Какие факторы приобретают решающее значение в современных политических и общественных организациях и почему?

#### **Семинар 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.**

##### **Вопросы:**

1. Какова классификация типов коммуникационных барьеров?

2. Каковы приемы и методы преодоления коммуникационных барьеров?

3. Каким образом соотносятся понятия «коммуникационный менеджмент» и «корпоративная культура»?

#### **Семинар 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение.**

##### **Вопросы:**

1. Каковы базовые качества личности сегодня особенно необходимы в коммуникационном менеджменте?

2. Каковы возможности и условия для развития личности, ее самопознания в коммуникационном менеджменте?

3. Что мешает широкому использованию принципов самоменеджмента в управленческой практике в современной России?

#### **Семинар 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.**

1. Каков мотивационный ресурс коммуникационной структуры организации?

2. Каков мотивационный ресурс межличностных коммуникаций?

3. Каков мотивационный ресурс коммуникационной стратегии организации?

#### **Семинар 11. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации.**

1. Каковы роль и значение коммуникационной деятельности в управлении международной деятельностью организации.

2. Каковы перспективы коммуникационного менеджмента в информационном обществе?

3. Возможна ли сегодня реализация теории «открытого общества»?

#### **Семинар 12. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.**

1. Каковы специфика и особенности в управлении потоками информационного взаимодействия в межгосударственном, международном плане?

2. Верно ли утверждение, что международные коммуникации протекают в агрессивной среде? Приведите примеры понятий/явлений, которые являются «плодами» международных коммуникаций.

3. Почему специалисту ПР необходимо профессиональное знание Интернет-коммуникаций?

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.**

Одним из основных видов деятельности обучающегося является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение практических заданий. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиям, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы обучающийся должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);
- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Обучающийся, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа обучающихся должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);
- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с календарным планом;
- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;

- подготовку к зачету с оценкой;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

### 6.1 Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                            | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-6 способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – 3.1              | 1. С использованием рекомендуемых источников литературы раскройте сущность и содержание коммуникационного менеджмента.<br>2. С использованием Интернет-ресурсов проведите анализ периодических изданий в области коммуникационного менеджмента и составьте их краткий обзор;<br>1. Провести анализ литературных источников по Т.4. и составить структурно-логическую схему «Технологии коммуникационного менеджмента»;<br>2. Изучить рекомендуемую литературу и составить краткий конспект с отражением следующих вопросов: «Понятие «коммуникация» и «коммуникации»», «Классификация коммуникации», «Модели коммуникаций», «Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы». |
|                                                                                                                                                                                    | ПК-6 – 3.2              | 1. Провести анализ литературных источников по Т.5. и составить структурно-логическую схему «Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления»;<br>2. Изучить рекомендуемую литературу и составить краткий конспект с отражением следующего вопроса: «Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом».<br>3. Создать терминологический словарь и внести в него следующие определения: «Трансакция», «Контракт», «Оппортунистическое поведение», «Концепция институциональных матриц».                                                                                                                                                          |

### 6.2 Задания, направленные на формирование профессиональных умений

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                            | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-6 способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – У.1              | 1. С применением правовой информационно-справочной системы ГАРАНТ предоставить краткий обзор основных нормативных документов, регламентирующих деятельность в сфере коммуникационного менеджмента;<br>2. Провести анализ зарубежного опыта развития коммуникационного менеджмента и результаты анализа оформить в виде реферата.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                    | ПК-6 – У.2              | 1. Решите ситуационную задачу: Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устные, письменные, формальные, неформальные и т.п.<br>2. С использованием информационно-поисковых систем сравнительный анализ различных коммуникативных барьеров в сфере управления и способов их преодоления и результаты представить в виде доклада, оформленного презентационными материалами в программе Power Point. |

### 6.3 Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                               | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-6<br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – В.1              | 1.Выполнить самостоятельное частное исследование на тему: «Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте», сформировать гипотезу, обобщить результаты и сформулировать выводы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                       | ПК-6 – В.2              | 1.На рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами.<br>Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию.<br>2.Выполнить научную работу под руководством преподавателя с проведением научного эксперимента на тему: «Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности». |

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

### Паспорт фонда оценочных средств

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                               | Планируемые результаты обучения |                                                                                                                                                                                     | ФОС для текущего контроля | ФОС для промежуточной аттестации |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------|
| ПК-6<br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | Знать                           | Основные виды планирования, установленные международными стандартами и законодательством Российской Федерации;<br>ПК-6 – 3.1                                                        | Тест                      | Вопросы к зачету с оценкой.      |
|                                                                                                                                                                                       |                                 | Основные современные способы тактического управления процессами планирования и организации производства, установленные международными стандартами;<br>ПК-6 – 3.2                    |                           |                                  |
|                                                                                                                                                                                       | Уметь                           | Разрабатывать документацию по управлению процессами планирования и организации производства с учетом отраслевых особенностей;<br>ПК-6 – У.1                                         | Реферат                   | Вопросы к зачету с оценкой.      |
|                                                                                                                                                                                       |                                 | Выполнять анализ способов тактического управления процессами планирования и организации на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха).<br>ПК-6 – У.2 |                           |                                  |

|  |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                      |  |
|--|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--|
|  | <b>Владеть</b> | <p>Навыками анализа способов тактического управления процессами планирования и организации на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха); ПК-6 – В.1</p> <p>Навыками разработки нормативно-методической базы для организации тактического управления процессами производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). ПК-6 – В.2</p> | Практические задания |  |
|--|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--|

***Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания***

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                            | Планируемые результаты обучения |                                                                                                                                                                                  | Критерии оценивания результатов обучения |                  |         |                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------|---------|------------------|
|                                                                                                                                                                                    |                                 |                                                                                                                                                                                  | 2                                        | 3                | 4       | 5                |
| ПК-6 способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | <b>Знать</b>                    | Основные виды планирования, установленные международными стандартами и законодательством Российской Федерации; ПК-6 – 3.1                                                        | Не знает                                 | Частично знает   | Знает   | Отлично знает    |
|                                                                                                                                                                                    |                                 | Основные современные способы тактического управления процессами планирования и организации производства, установленные международными стандартами; ПК-6 – 3.2                    |                                          |                  |         |                  |
|                                                                                                                                                                                    | <b>Уметь</b>                    | Разрабатывать документацию по управлению процессами планирования и организации производства с учетом отраслевых особенностей; ПК-6 – У.1                                         | Не умеет                                 | Частично умеет   | Умеет   | Свободно умеет   |
|                                                                                                                                                                                    |                                 | Выполнять анализ способов тактического управления процессами планирования и организации на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). ПК-6 – У.2 |                                          |                  |         |                  |
|                                                                                                                                                                                    | <b>Владеть</b>                  | Навыками анализа способов тактического управления процессами планирования и                                                                                                      | Не владеет                               | Частично владеет | Владеет | Свободно владеет |

|  |  |                                                                                                                                                                                                              |  |  |  |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|  |  | организации на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха);<br>ПК-6 – В.1                                                                                                      |  |  |  |  |
|  |  | Навыками разработки нормативно-методической базы для организации тактического управления процессами производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха).<br>ПК-6 – В.2 |  |  |  |  |

## 7.1. ФОС для проведения текущего контроля.

### 7.1.1. Задания для оценки знаний

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                                      | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-6</b><br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – 3.1              | <p align="center"><b>Тест</b></p> <p><b>1. Один из основоположников теории менеджмента А. Файоль охарактеризовал функции управления следующим образом:</b></p> <p>а) предвидеть;<br/>б) организовать;<br/>в) руководить;<br/>г) наставлять;<br/>д) координировать;<br/>е) контролировать.</p> <p>Какой пункт в этом списке лишний?</p> <p><b>2. Деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой, путем реализации коммуникационной политики – это:</b></p> <p>а) стратегия коммуникации;<br/>б) коммуникационный менеджмент;<br/>в) коммуникационный аудит.</p> <p><b>3. Какое понятие более общее:</b></p> <p>а) коммуникационная политика;<br/>б) коммуникационный менеджмент.</p> <p><b>4. Верно ли, что коммуникационная политика включает в себя, в частности, планирование обратной связи?</b></p> <p>а) да, верно;<br/>б) нет, неверно.</p> <p><b>5. Понятие коммуникация характеризуется:</b></p> <p>а) передачей информации с целью получения ответа<br/>б) обмен информацией об идеях или переживаниях<br/>в) передача информации от источника во вне<br/>г) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы</p> <p><b>6. Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:</b></p> <p>а) семантический барьером<br/>б) эмоциональным барьером<br/>в) отсутствие обратной связи<br/>г) невербальным барьером</p> |

|  |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |            | <p><b>7. В практике коммуникационного менеджмента «хорошей» называется организация, которая:</b><br/> а) предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам;<br/> б) ведет социально одобряемую деятельность;<br/> в) верны оба варианта;<br/> г) неверен ни один из вариантов.</p> <p><b>8. В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая:</b><br/> а) производит товары и услуги, известные обществу;<br/> б) демонстрирует общественности организационные ценности;<br/> в) верны оба варианта;<br/> г) не верен ни один из вариантов.</p> <p><b>9. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит выработка общей коммуникативной стратегии фирмы?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p> <p><b>10. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит участие в подготовке публичных мероприятий и заявлений, включая подготовку текстов выступлений, речей и докладов?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p> <p><b>11. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит поддержка и развитие отношений с органами власти?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p> <p><b>12. 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?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p> <p><b>13. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит формирование и продвижение позитивного привлекательного имиджа фирмы (институциональная корпоративная реклама)?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p> <p><b>14. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит донорская деятельность фирмы?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p> <p><b>15. 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?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p> |
|  | ПК-6 – 3.2 | <p style="text-align: center;"><b>Тест</b></p> <p><b>1. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит представительская деятельность?</b><br/> а) да, верно;<br/> б) нет, неверно.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p><b>2. 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?</b></p> <p>а) да, верно;<br/>б) нет, неверно.</p> <p><b>3. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит координация всех направлений деятельности фирмы и ее подразделений?</b> <b>PR</b></p> <p>а) да, верно;<br/>б) нет, неверно.</p> <p><b>4. Необходимый минимум работ для организации эффективных коммуникаций в организации включает в себя:</b></p> <p>а) аналитические работы;<br/>б) медиарилейшнз;<br/>в) планирование и прогнозирование;<br/>г) аналитические работы и медиарилейшнз;<br/>д) аналитические работы и планирование;<br/>е) медиарилейшнз и планирование.</p> <p>Выберите один вариант ответа.</p> <p><b>5. Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:</b></p> <p>а) экономического;<br/>б) культурного;<br/>в) паблицитного капитала клиента.</p> <p><b>6. Является ли компетентность формирования концепции одним из основных профессиональных требований к менеджеру по коммуникациям?</b></p> <p>а) да, является;<br/>б) нет, не является.</p> <p><b>7. Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи – это:</b></p> <p>а) реклама;<br/>б) пропаганда;<br/>в) паблик рилейшнз.</p> <p><b>8.. Слухи относятся к:</b></p> <p>а) формальной;<br/>б) неформальной коммуникации в организации?</p> <p><b>9. Какое понятие является более общим:</b></p> <p>а) коммуникационный менеджмент;<br/>б) связи с общественностью.</p> <p><b>10. Верно ли, что манипулирование общественным мнением строится на базе диалогических информационных потоков?</b></p> <p>а) да, верно;<br/>б) нет, неверно.</p> |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Критерии оценки теста:

| Количество ошибок | Оценка              |
|-------------------|---------------------|
| 0-1               | Отлично             |
| 1-3               | Хорошо              |
| 3-7               | Удовлетворительно   |
| более 7-ми ошибок | Неудовлетворительно |



### 7.1.2. Задания для оценки умений

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                                      | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-6</b><br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – У.1              | <b>Темы рефератов</b><br>1. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента.<br>2. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.<br>3. Понятие репутации и ее роль в корпоративном управлении. Репутационный менеджмент.<br>4. Структура коммуникационной программы.<br>5. Понятие и типологии ключевых аудиторий.<br>6. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации.<br>7. Принципы составления бюджета коммуникационной кампании.<br>8. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций.<br>9. Методы сбора социальной информации в КМ.<br>10. Системный подход в коммуникационном менеджменте.<br>11. Понятие лоббизма, его основные формы и методы.<br>12. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.<br>13. Принципы разделения труда в коммуникационном менеджменте и связь форм организации коммуникативной деятельности с особенностями деловой среды. |
|                                                                                                                                                                                              | ПК-6 – У.2              | <b>Темы рефератов</b><br>1. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.<br>2. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти.<br>3. Структура и функции департамента информации и печати МИД РФ.<br>4. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.<br>5. Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом.<br>6. Коммуникационный менеджмент в организации: PR руководителей.<br>7. Внутренние средства коммуникации: специфика, разнообразие, функции.<br>8. Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях.<br>9. Взаимодействие со СМИ: двусторонняя коммуникация.<br>10. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.                                                                                                                                                                                                                   |

### Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом, реферат по обсуждаемому вопросу)

| Оценка                   | Характеристики ответа обучающегося                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Отлично</b>           | обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему;<br>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;<br>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;<br>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;<br>- делает выводы и обобщения. |
| <b>Хорошо</b>            | обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;<br>- не допускает существенных неточностей;<br>- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;<br>- аргументирует научные положения;<br>- делает выводы и обобщения.                                                                |
| <b>Удовлетворительно</b> | тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;                                                                                                                                                                                                     |

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>- испытывает затруднения в практическом применении знаний;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений.</li> </ul>                                                                 |
| <b>Неудовлетворительно</b> | <p>обучающийся не усвоил значительной части проблемы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;</li> <li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul> |

### 7.1.3 Задания для оценки владений, навыков

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                               | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |                |                  |                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------|------------------|-----------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| ПК-6<br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6– В.1               | <p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p><b>Задача № 1</b><br/>Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устно, письменные, формальные, неформальные и т.п.</p> <p><b>Задача № 2</b><br/>На рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами. Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию.</p>                                                                                                                                                                                                                                                         |                       |                |                  |                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                                       | ПК-6 – В.2              | <p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p><b>Задача № 1.</b><br/>На различного рода мероприятиях специалистам по PR выделяется время для обращения к аудитории с кратким выступлением. Подготовьте такое выступление по следующим событиям:<br/>1. Презентация нового продукта IT-компании.<br/>2. Церемония открытия ресторана изысканной кухни.<br/>3. Празднование дня рождения фирмы.<br/>4. Представительский прием иностранной делегации на заводе.</p> <p><b>Задача № 2.</b><br/>Информирование общественности о проведении конкурса «Лучший фитнес-клуб города Москвы 2018г.»<br/>Для выполнения задания необходимо:<br/>1. Сформулировать общую цель PR-мероприятий<br/>2. Структурировать целевые группы общественности<br/>3. Составить план PR-мероприятий, заполняя следующую таблицу.</p> <table><tr><th>Группы общественности</th><th>PR-мероприятия</th><th>Сроки проведения</th><th>Планируемый результат</th></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> <p>4. Спрогнозировать ожидаемый эффект PR-деятельности для все групп общественности.<br/>5. Обосновать целесообразность проведения выбранных вами PR-мероприятий.</p> | Группы общественности | PR-мероприятия | Сроки проведения | Планируемый результат |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Группы общественности                                                                                                                                                                 | PR-мероприятия          | Сроки проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Планируемый результат |                |                  |                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                                       |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                       |                |                  |                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                                       |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                       |                |                  |                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                                       |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                       |                |                  |                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|                                                                                                                                                                                       |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                       |                |                  |                       |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p><b>Задача № 3</b></p> <p>Проанализируйте корпоративную философию компании и объясните, каким образом данная философия способствует формированию имиджа компании.</p> <p><b>Корпоративная философия компании Unistaff Payroll, предоставляющей услуги по расчету заработной платы в Москве:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стремление превзойти ожидания клиентов;</li> <li>- индивидуальный подход к потребностям клиента;</li> <li>- применение только передовых технологий и методик;</li> <li>- создание реальных конкурентных преимуществ;</li> <li>- высокая гибкость и динамика в корпоративном развитии;</li> <li>- высокий профессионализм в обслуживании интересов клиента;</li> <li>- использование эффективной организационной структуры;</li> <li>- готовность к новым вызовам;</li> <li>- признание в деловом сообществе.</li> </ul> |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

| Оценка                     | Характеристики ответа студента                                                                                                                                     |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Отлично</b>             | Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.            |
| <b>Хорошо</b>              | Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение. |
| <b>Удовлетворительно</b>   | Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.                                    |
| <b>Неудовлетворительно</b> | Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.                                                                                                               |

## 7.2 ФОС для проведения промежуточной аттестации.

### 7.2.1. Задания для оценки знаний к зачёту с оценкой

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                                      | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-6</b><br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – 3.1              | <p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента.</li> <li>2. Предмет и объект коммуникационного менеджмента.</li> <li>3. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.</li> <li>4. Основные типы коммуникации.</li> <li>5. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика организации.</li> <li>6. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллектива и личности.</li> <li>7. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом</li> <li>8. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента.</li> <li>9. Основные этапы коммуникационного процесса в организации.</li> <li>10. Обратная связь в коммуникации.</li> <li>11. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникационной среды.</li> <li>12. Коммуникативное пространство.</li> <li>13. Организация управления коммуникативным пространством.</li> </ol> |

|  |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |            | 14. Коммуникативная структура организации.<br>15. Виды, формы и стили общения коммуникатора.<br>16. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте.<br>17. Содержание ключевых проблем PR- деятельности.<br>18. Основные характеристики репутационных технологий.<br>19. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.<br>20. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|  | ПК-6 – 3.2 | <p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Структура коммуникационной программы.<br>2. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.<br>3. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации.<br>4. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций.<br>5. Понятия политический маркетинг, социальный маркетинг. Привести примеры их деятельности.<br>6. Методы сбора социальной информации в коммуникационном менеджменте.<br>7. Понятия лоббизм, спонсорство, меценатство.<br>8. Системный подход в коммуникационном менеджменте.<br>9. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.<br>10. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.<br>11. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.<br>12. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.<br>13. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.<br>14. Цели кризисного менеджмента. Ошибки при реагировании на кризис. Недостатки работы в PR- службы в кризисной ситуации.<br>15. Схема коммуникаций в кризисной ситуации.<br>16. Национальный характер и его отражение в коммуникационном менеджменте.<br>17. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.<br>18. Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации.<br>19. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.<br>20. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия, проблемы реализации. |

### 7.2.2. Задания для оценки умений к зачету с оценкой

| Формируемая компетенция                                                                                                                                               | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-6<br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации | ПК-6 – У.1              | <p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> 1. Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс средств коммуникаций, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?<br>2. <i>Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы</i><br>Вы – руководитель производственно-коммерческой фирмы. Перед вами стоят следующие задачи.<br>1. Вам следует организовать и провести совещание по результатам работы фирмы за прошедший год. Разработайте технологию проведения делового совещания.<br>2. На складе вашей организации скопилось большое количество |

|                 |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (отдела, цеха). |            | нереализованной продукции. Отдел маркетинга провел исследование рынка и обнаружил в одном из регионов большую потребность в вашей продукции. Проведите переговоры с представителями торговли по реализации вашей продукции.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                 | ПК-6 – У.2 | <p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>1. <i>Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы.</i><br/>Составьте письменное приглашение на деловую встречу, а затем разработайте план проведения деловых переговоров по поводу следующих событий.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Заключение контракта на поставку нового вида сырья.</li> <li>- Расторжение договора по причине невыполнения партнёром своих обязательств.</li> <li>- Налаживание взаимовыгодного сотрудничества фирм, работающих в одной отрасли.</li> <li>- Проведение совместной PR-кампании, промоушн-акции. Определите время, место, сроки ее проведения.</li> </ul> <p>2. <i>Рассмотрите ситуацию и ответьте на поставленные вопросы.</i><br/>Очень часто руководству и специалистам отделов PR-фирм и компаний на различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудиториям с кратким выступлением. Подготовьте подобное выступление по указанным поводам.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Церемония открытия автозаправочной станции нового типа.</li> <li>- Праздничный ужин по поводу юбилея компании.</li> <li>- Представительский прием в честь освоения крупной компанией новой отрасли производства.</li> <li>- Открытие выставки достижений фирмы промышленной отрасли.</li> </ul> |

### **7.2.3. Задания для оценки владений, навыков к зачету с оценкой**

| Формируемая компетенция                                                                                                                                                               | Код результата обучения | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-6<br>способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). | ПК-6 – В.1              | <p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p><b>Задача № 1</b><br/>Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устно, письменные, формальные, неформальные и т.п.</p> <p><b>Задача № 2</b><br/>На рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами. Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию.</p> |
|                                                                                                                                                                                       | ПК-6 – В.2              | <p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p><b>Задача № 1.</b><br/>На различного рода мероприятиях специалистам по PR выделяется время для обращения к аудитории с кратким выступлением. Подготовьте такое выступление по следующим событиям:<br/>1. Презентация нового продукта IT-компании.<br/>2. Церемония открытия ресторана изысканной кухни.<br/>3. Празднование дня рождения фирмы.<br/>4. Представительский прием иностранной делегации на заводе.</p> <p><b>Задача № 2.</b><br/>Информирование общественности о проведении конкурса «Лучший</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |                         |                              |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------------|
|  |  | фитнес-клуб города Москвы 2018г.»<br>Для выполнения задания необходимо:<br>1. Сформулировать общую цель PR-мероприятий<br>2. Структурировать целевые группы общественности<br>3. Составить план PR-мероприятий, заполняя следующую таблицу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                       |                         |                              |
|  |  | <b>Группы общественности</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>PR-мероприятия</b> | <b>Сроки проведения</b> | <b>Планируемый результат</b> |
|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |                         |                              |
|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |                         |                              |
|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |                         |                              |
|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |                         |                              |
|  |  | 4. Спрогнозировать ожидаемый эффект PR-деятельности для все групп общественности.<br>5. Обосновать целесообразность проведения выбранных вами PR-мероприятий.<br><b>Задача № 3</b><br>Проанализируйте корпоративную философию компании и объясните, каким образом данная философия способствует формированию имиджа компании.<br><b>Корпоративная философия компании Unistaff Payroll, предоставляющей услуги по расчету заработной платы в Москве:</b><br>- стремление превзойти ожидания клиентов;<br>- индивидуальный подход к потребностям клиента;<br>- применение только передовых технологий и методик;<br>- создание реальных конкурентных преимуществ;<br>- высокая гибкость и динамика в корпоративном развитии;<br>- высокий профессионализм в обслуживании интересов клиента;<br>- использование эффективной организационной структуры;<br>- готовность к новым вызовам;<br>- признание в деловом сообществе. |                       |                         |                              |

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

|                             | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                       | Итоговая оценка               |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Уровень 1.<br>Недостаточный | Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий                                       | Неудовлетворительно/незачтено |
| Уровень 2.<br>Базовый       | Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач                       | Удовлетворительно/зачтено     |
| Уровень 3.<br>Повышенный    | Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач | Хорошо/зачтено                |
| Уровень 4.<br>Продвинутый   | Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения                       | Отлично/зачтено               |

### 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

### **8.1. Основная учебная литература:**

1. Крылов А.Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества: учеб. пособие. – М.: ИКАР, 2019.
2. Дафт Р. Менеджмент: учебник; [пер. с англ.] – СПб.: Питер, 2017.
3. Институциональная экономика: учебник для академического бакалавриата/ А.В. Колосов. – М.: Издательство Юрайт, 2018.

### **8.2. Дополнительная учебная литература:**

1. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата 4-е изд., перераб. и доп.-М.: Издательство Юрайт, 2015.-344с.
2. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. – М. : ИТК, «Дашков и К°», 2015. – 488 с.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.**

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

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты

по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

### **10.1. Работа на лекции.**

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

### **10.2. Работа с конспектом лекций.**

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

### **10.3. Выполнение практических работ.**

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего



усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

#### **10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.**

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объём работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:  
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.

5. Содержание реферата:

- *Титульный лист.*
- *Содержание.*
- *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

### **10.5. Разработка электронной презентации.**

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;

- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;

- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;

- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

- списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

### **10.6. Методика работы со студентами с ограниченными возможностями здоровья.**

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

**11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.**

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лицензионное программно-информационное обеспечение | Microsoft Windows,<br>Microsoft Office,<br>Google Chrome,<br>Kaspersky Endpoint Security                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Современные профессиональные базы данных           | 1. Консультант+<br>2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Информационные справочные системы                  | 1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии»<br>2. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)<br>3. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)<br>4. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)<br>5. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа) |

**12. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ.**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной ПК, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

***Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений***

|                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| № 503 Кабинет управленческих дисциплин<br>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа<br>- доска<br>- стол преподавателя<br>- кресло для преподавателя<br>- трибуна<br>- комплекты учебной мебели |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul> <p>Программное обеспечение:<br/> Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),<br/> Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>№ 503 Кабинет управленческих дисциплин<br/> Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доска</li> <li>- стол преподавателя</li> <li>- кресло для преподавателя</li> <li>- трибуна</li> <li>- комплекты учебной мебели</li> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul> <p>Программное обеспечение:<br/> Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),<br/> Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p> |
| <p>№ 404, 511<br/> Помещения для самостоятельной работы</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели</li> <li>- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду</li> </ul> <p>Программное обеспечение:<br/> Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),<br/> Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),<br/> Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №27-ПЛДЗ/2024 от 27 декабря 2023 года).</p>                                                                                      |
| <p>№ 404<br/> Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели;</li> <li>- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.</li> </ul> <p>Программное обеспечение:<br/> Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),<br/> Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),<br/> Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),<br/> Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №27-ПЛДЗ/2024 от 27 декабря 2023 года).</p>                                         |
| <p>№ 401<br/> Актный зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специализированные кресла для актовых залов</li> <li>- сцена</li> <li>- трибуна</li> <li>- экран</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

- |                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории</li><li>- компьютер</li><li>- демонстрационное оборудование и аудиосистема</li><li>- микрофоны</li></ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),

Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),

Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

|       |
|-------|
| № 515 |
|-------|

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

- стеллажи

- учебное оборудование

**Разработчик: Полянский Д.С.**