

Документ подписан простой электронной подписью.
 Информация о владельце:
 ФИО: Шамрай-Курбатова Лидия Викторовна
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 27.05.2026 09:54:58
 Уникальный программный ключ:
 b1e4399771b07e18f31755430972d733d2c6f534

Автономная некоммерческая организация высшего образования
 «Волгоградский институт бизнеса»

Рабочая программа учебной дисциплины

Коммуникационный менеджмент

(Наименование дисциплины)

38.03.01 Экономика, направленность (профиль) «Финансы и кредит»

(Направление подготовки / Профиль)

Бакалавр

(Квалификация)

Кафедра разработчик

Экономики и управления

Год набора

2026

| Вид учебной деятельности | Трудоемкость (объем) дисциплины | | | | | |
|---|---------------------------------|--------------------|--------|---------------|---|-------|
| | Очная форма | Очно-заочная форма | | Заочная форма | | |
| | | д | в | св/ву | з | сз |
| Зачетные единицы | 6 | 6 | 6 | 6 | | 6 |
| Общее количество часов | 216 | 216 | 216 | 216 | | 216 |
| Аудиторные часы контактной работы обучающегося с преподавателями: | 64 | 32 | 32 | 20 | | 20 |
| - Лекционные (Л) | 32 | 16 | 16 | 12 | | 12 |
| - Практические (ПЗ) | 32 | 16 | 16 | 8 | | 8 |
| - Лабораторные (ЛЗ) | | | | | | |
| - Семинарские (СЗ) | | | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся (СРО) | 116 | 130 | 130 | 187 | | 187 |
| К (Р-Г) Р (П) (+;-) | | | | | | |
| Тестирование (+;-) | | | | | | |
| ДКР (+;-) | | | | | | |
| Зачет (+;-) | | | | | | |
| Зачет с оценкой (+;- (Кол-во часов)) | | | | | | |
| Экзамен (+;- (Кол-во часов)) | | | | | | |
| | + (36) | + (54) | + (54) | + (9) | | + (9) |

Волгоград 2026

Содержание

| | |
|--|----|
| Раздел 1. Организационно-методический раздел | 3 |
| Раздел 2. Тематический план | 3 |
| Раздел 3. Содержание факультативной дисциплины | 6 |
| Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся | 9 |
| Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся | 11 |
| Раздел 6. Оценочные средства промежуточной аттестации (с ключами) | 15 |
| Раздел 7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения факультативной дисциплины | 14 |
| Раздел 8. Материально-техническая база и информационные технологии | 21 |
| Раздел 9. Методические указания для обучающихся по освоению факультативной дисциплины | 18 |

Раздел 1. Организационно-методический раздел

1.1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» входит в **Часть, Элективных дисциплин Б1.В.ДЭ.11** подготовки обучающихся по направлению подготовки «38.03.01 Экономика», **направленность (профиль) «Финансы и кредит».**

Целью дисциплины является формирование **компетенций** (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы (ОПОП ВО)):

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

Дескрипторы универсальных компетенций:

УК-4.1 Способен владеть системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов), а также способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь

УК-4.2 Способен грамотно использовать информационно-коммуникационные технологии, коммуникативно-приемлемый стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы индикаторы компетенций:

| Обобщенная трудовая функция/ трудовая функция | Код и наименование дескриптора компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенций (из ПС) |
|---|---|--|
| <p>ПС 08.008 «Специалист по финансовому консультированию» А/01.6 Мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков А/02.6 Подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов</p> <p>ПС 08.015 «Специалист по корпоративному кредитованию» А/01.6 Подготовка сделок кредитования корпоративных заемщиков А/02.6 Оценка платежеспособности и кредитоспособности потенциального корпоративного заемщика А/06.6 Оценка</p> | <p>УК-4.1 Способен владеть системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов), а также способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь</p> | <p><i>Знание:</i> ПС 08.008 Специалист по финансовому консультированию ИД-1 УК-4.1 Кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с инвесторами(А/02.6) ПС-08.015 Специалист по корпоративному кредитованию ИД-3 УК-4.1 Правила делового общения с клиентами (А/06.6)</p> <p><i>Умения:</i> ПС 08.08 Специалист по финансовому консультированию ИД-5 УК-4.1 Организовывать и проводить деловые переговоры А/02.6 ПС-08.015 Специалист по корпоративному кредитованию ИД-7 УК-4.1. Организовывать взаимодействие с подразделениями банка по вопросам предварительного сопровождения деятельности по корпоративному кредитованию А/01.6</p> <p><i>Навыки и (или)опыт деятельности:</i> ПС 08.08 Специалист по финансовому консультированию ИД-9 УК-4.1 Проведение личных переговоров с представителями</p> |

| | | |
|--|--|--|
| эффективности каналов продвижения, продаж кредитных продуктов корпоративным клиентам | | кредитного учреждения А/02.6 ПС-08.015 Специалист по корпоративному кредитованию ИД-11 УК-4.1 Информирование заемщика о перечне документов, необходимых для оформления корпоративного кредита А/01.6 |
| | УК-4.2 Способен грамотно использовать информационно-коммуникационные технологии, коммуникативно-приемлемый стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами | <i>Знание:</i> ПС 08.008 Специалист по финансовому консультированию ИД-2 УК-4.2 Этика делового общения (А/02.6) ПС-08.015 Специалист по корпоративному кредитованию ИД-4 УК-4.2 Правила корпоративной банковской этики (А/01.6, А/02.6, А/06.6.) <i>Умения:</i> ПС 08.08 Специалист по финансовому консультированию ИД-6 УК-4.2 Организовывать и проводить презентации финансовых продуктов и услуг А/02.6 ПС-08.015 Специалист по корпоративному кредитованию ИД-8 УК-4.2. Организовывать работу по взаимодействию с подразделениями банка с целью оценки платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика А/02.6 <i>Навыки и (или) опыт деятельности:</i> ПС 08.08 Специалист по финансовому консультированию ИД-10 УК-4.2 Обсуждение, определение условий сотрудничества, подписание документов о сотрудничестве А/02.6 ПС-08.015 Специалист по корпоративному кредитованию ИД-12 УК-4.2 Информирование заемщика о размере дополнительных расходов и комиссий при осуществлении корпоративного кредитования А/02.6 |

1.2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО направления подготовки «38.03.01 Экономика», направленность (профиль) «Финансы и кредит»

| № | Предшествующие дисциплины (дисциплины, изучаемые параллельно) | Последующие дисциплины |
|----|---|---------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1. | Менеджмент | Противодействие коррупции |
| 2. | Методы принятия управленческих решений | Стратегический менеджмент |

| | | |
|----|--|-----------------------------|
| 3. | Организация предпринимательской деятельности | Производственный менеджмент |
| 4. | | Финансовый менеджмент |
| 5. | | Финансовый контроль |

Последовательность формирования компетенций в указанных дисциплинах может быть изменена в зависимости от формы и срока обучения, а также преподавания с использованием дистанционных технологий обучения.

1.3. Нормативная документация

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «**38.03.01 Экономика**»;
- Учебного плана направления подготовки «**38.03.01 Экономика**» направленность (профиль) «**Финансы и кредит**» 2026 года набора;
- Образца рабочей программы учебной дисциплины (приказ № 27-О от 01.02.2021 г.).

Раздел 2. Тематический план

Очная форма обучения (полный срок)

| № | Тема дисциплины | Трудоемкость | | | | Код индикатора и дескриптора достижения компетенций |
|---|--|--------------|--------------------|-------------|------------|---|
| | | Все го | Аудиторные занятия | | СРО | |
| | | | Л | ПЗ (ЛЗ, СЗ) | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | 36 | 6 | 6 | 24 | ИД-1 УК-4.1 ИД-2 УК-4.2 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | 36 | 6 | 6 | 24 | ИД-3УК-4.1 ИД-4 УК-4.2 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | 36 | 6 | 6 | 24 | ИД-5 УК-4.1 ИД-6 УК-4.2 |
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы | 36 | 6 | 6 | 24 | ИД-7 УК-4.1. ИД-8 УК-4.2. ИД-11 УК-4.1 |
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | 32 | 6 | 6 | 20 | ИД-9 УК-4.1 ИД-10 УК-4.2 ИД-12 УК-4.2 |
| Вид промежуточной аттестации (Экзамен) | | 36 | | | | |
| Итого | | 216 | 32 | 32 | 116 | |

Заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Тема дисциплины | Трудоемкость | | | | Код индикатора и дескриптора достижения компетенций |
|---|--|--------------|--------------------|-------------|-----|---|
| | | Всего | Аудиторные занятия | | СРО | |
| | | | Л | ПЗ (ЛЗ, СЗ) | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | 42 | 2 | | 40 | ИД-1 УК-4.1 ИД-2 УК-4.2 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | 44 | 2 | 2 | 40 | ИД-3УК-4.1 ИД-4 УК-4.2 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | 44 | 2 | 2 | 40 | ИД-5 УК-4.1 ИД-6 УК-4.2 |
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы | 44 | 2 | 2 | 40 | ИД-7 УК-4.1. ИД-8 УК-4.2. ИД-11 УК-4.1 |

| | | | | | | |
|---|---|------------|-----------|----------|------------|---|
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | 31 | 4 | 2 | 27 | ИД-9 УК-4.1 ИД-10 УК-4.2 ИД-12 УК-4.2 |
| Вид промежуточной аттестации (Экзамен) | | 9 | | | | |
| Итого | | 216 | 12 | 8 | 187 | |

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Тема дисциплины | Трудоемкость | | | | Код индикатора и дескриптора достижения компетенций |
|---|--|--------------|--------------------|-------------|------------|---|
| | | Все го | Аудиторные занятия | | СРО | |
| | | | Л | ПЗ (ЛЗ, СЗ) | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | 36 | 4 | 4 | 28 | ИД-1 УК-4.1 ИД-2 УК-4.2 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | 36 | 4 | 4 | 28 | ИД-3УК-4.1 ИД-4 УК-4.2 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | 36 | 4 | 4 | 28 | ИД-5 УК-4.1 ИД-6 УК-4.2 |
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы | 32 | 2 | 2 | 28 | ИД-7 УК-4.1. ИД-8 УК-4.2. ИД-11 УК-4.1 |
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | 22 | 2 | 2 | 18 | ИД-9 УК-4.1 ИД-10 УК-4.2 ИД-12 УК-4.2 |
| Вид промежуточной аттестации (Экзамен) | | 54 | | | | |
| Итого | | 216 | 16 | 16 | 130 | |

Раздел 3. Содержание дисциплины

3.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы управления коммуникациями

Понятие коммуникационного менеджмента. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента. Корпоративные коммуникации как предмет коммуникационного менеджмента. Основное содержание коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационного менеджмента. Социальный коммуникационный менеджмент.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс

Объекты и субъекты корпоративных коммуникаций. Гуманитарный смысл, прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента. Специфика функций коммуникационного менеджмента. Коммуникации как объект управления. Коммуникационный процесс и информационные технологии. Перспективы развития коммуникационного менеджмента.

Тема 3. Механизмы управления коммуникациями

Виды и средства коммуникационного процесса. Методы коммуникационного менеджмента. Имидж компании – единица коммуникации. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный

процесс.

Тема 4. Особенности управления информационными потоками внутри предприятия

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 5. Коммуникационный процесс во внешней сфере 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.

3.2. Содержание практического блока дисциплины

Очная форма обучения (полный срок)

| № | Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия |
|----------|---|
| 1 | 2 |
| ПЗ 1-3 | Теоретические основы управления коммуникациями |
| ПЗ 4-6 | Коммуникационный менеджмент как процесс |
| ПЗ 7-9 | Механизмы управления коммуникациями |
| ПЗ 10-12 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы |
| ПЗ 13-16 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации |

Заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия |
|----------|---|
| 1 | 2 |
| ПЗ 1 | Коммуникационный менеджмент как процесс |
| ПЗ 2 | Механизмы управления коммуникациями |
| ПЗ 3 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы |
| ПЗ 4 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации |

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия |
|----------|---|
| 1 | 2 |
| ПЗ 1-2 | Теоретические основы управления коммуникациями |
| ПЗ 3-4 | Коммуникационный менеджмент как процесс |
| ПЗ 5-6 | Механизмы управления коммуникациями |
| ПЗ 7 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы |
| ПЗ 8 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации |

3.3. Образовательные технологии

Очная форма обучения (полный срок)

| № | Тема занятия | Вид учебног о заняти я | Форма / Методы интерактивног о обучения | % учебно го времен и |
|----------------|--|-------------------------------|--|-----------------------------|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы | ПЗ | Дискуссия | 100 |
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | ПЗ | Дискуссия | 100 |
| Итого % | | | | 31,25% |

Заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Тема занятия | Вид учебног о заняти я | Форма / Методы интерактивног о обучения | % учебно го времен и |
|----------------|--|-------------------------------|--|-----------------------------|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| Итого % | | | | 55% |

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Тема занятия | Вид учебног о заняти я | Форма / Методы интерактивног о обучения | % учебно го времен и |
|----------------|--|-------------------------------|--|-----------------------------|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | Л | Лекция-ситуация | 100 |
| Итого % | | | | 55% |

Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся

4.1. Организация самостоятельной работы обучающихся

| № | Тема дисциплины | № вопросов | № рекомендуемой литературы |
|---|--|------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | 1,2,3,4,5,6 | 1,2,3,4,5,6 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | 7, 8 | 1,2,3,4,5,6 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | 9,10,11,12,13,14,15,16 | 1,2,3,4,5,6 |
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри предприятия | 17,18,19 | 1,2,3,4,5,6 |
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | 20,21,22,23 | 1,2,3,4,5,6 |

Перечень вопросов, выносимых на самостоятельную работу обучающихся

1. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.
2. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти.
3. Структура и функции департамента информации и печати МИД РФ.
4. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.
5. Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом.
6. Коммуникационный менеджмент в организации: PR руководителей.
7. Внутренние средства коммуникации: специфика, разнообразие, функции.
8. Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях.
9. Взаимодействие со СМИ: двусторонняя коммуникация.
10. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
11. Паблик рилейшнз в акционерных обществах и системе корпоративного управления.
12. Управление коммуникациями и информационная борьба в экономической сфере.
13. Паблик рилейшнз: особенности российского опыта.
14. Презентации, выставки и торговые ярмарки как средства паблик рилейшнз.
15. Особенности паблик рилейшнз в финансовой сфере.
16. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
17. Анализ CRM-системы.
18. Анализ GR-технологий.
19. Анализ маркетинговых коммуникаций.
20. Организация службы по связям с общественностью: анализ опыта компании (предприятия, организации).
21. Развитие российского общества в содержании рекламных материалов.
22. Современная реклама и PR на Западе и в России: общее и особенное.
23. Дни открытых дверей как инструмент связей с общественностью.

4.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Указаниями в рабочей программе по дисциплине (п.4.1.)
2. Лекционные материалы в составе УМК по дисциплине
3. Заданиями и методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы обучающихся в составе УМК по дисциплине.
4. Глоссарием по дисциплине в составе УМК по дисциплине.

Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств по дисциплине представляет собой совокупность контролируемых материалов предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов общей профессиональной образовательной программы. ФОС по дисциплине используется при проведении оперативного контроля и промежуточной аттестации обучающихся. Требования к структуре и содержанию ФОС дисциплины регламентируются Положением о фонде оценочных материалов по программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры.

5.1. Паспорт фонда оценочных средств

Очная форма обучения (полный срок)

| № | Контролируемые разделы (темы) дисциплины | Оценочные средства | | | Код индикатора и дескриптора достижения компетенций |
|---|--|--------------------|-------------|-----|---|
| | | Л | ПЗ (ЛЗ, СЗ) | СРО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | ЛС | УО | ПРВ | ИД-1 УК-4.1 ИД-2 УК-4.2 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | ЛС | УО | ПРВ | ИД-3УК-4.1 ИД-4 УК-4.2 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | ЛС | УО | ПРВ | ИД-5 УК-4.1 ИД-6 УК-4.2 |
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы | УО | Д | ПРВ | ИД-7 УК-4.1. ИД-8 УК-4.2. ИД-11 УК-4.1 |
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | УО | Д | ПРВ | ИД-9 УК-4.1 ИД-10 УК-4.2 ИД-12 УК-4.2 |

Заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Контролируемые разделы (темы) дисциплины | Оценочные средства | | | Код индикатора и дескриптора достижения компетенций |
|---|--|--------------------|-------------|-----|---|
| | | Л | ПЗ (ЛЗ, СЗ) | СРО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | ЛС | | ПРВ | ИД-1 УК-4.1 ИД-2 УК-4.2 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | ЛС | УО | ПРВ | ИД-3УК-4.1 ИД-4 УК-4.2 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | ЛС | УО | ПРВ | ИД-5 УК-4.1 ИД-6 УК-4.2 |

| | | | | | |
|---|--|----|---|-----|--|
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы | УО | Д | ПРВ | ИД-7 УК-4.1. ИД-8 УК-4.2. ИД-11 УК-4.1 |
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | УО | Д | ПРВ | ИД-9 УК-4.1 ИД-10 УК-4.2 ИД-12 УК-4.2 |

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

| № | Контролируемые разделы (темы) дисциплины | Оценочные средства | | | Код индикатора и дескриптора достижения компетенций |
|---|--|--------------------|-------------|-----|---|
| | | Л | ПЗ (ЛЗ, СЗ) | СРО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Теоретические основы управления коммуникациями | ЛС | УО | ПРВ | ИД-1 УК-4.1 ИД-2 УК-4.2 |
| 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс | ЛС | УО | ПРВ | ИД-3 УК-4.1 ИД-4 УК-4.2 |
| 3 | Механизмы управления коммуникациями | ЛС | УО | ПРВ | ИД-5 УК-4.1 ИД-6 УК-4.2 |
| 4 | Особенности управления информационными потоками внутри фирмы | УО | Д | ПРВ | ИД-7 УК-4.1. ИД-8 УК-4.2. ИД-11 УК-4.1 |
| 5 | Коммуникационный процесс во внешней сфере организации | УО | Д | ПРВ | ИД-9 УК-4.1 ИД-10 УК-4.2 ИД-12 УК-4.2 |

Условные обозначения оценочных средств (Столбцы 3, 4, 5):

УО – устный (фронтальный, индивидуальный, комбинированный) опрос

ПРВ – проверка рефератов, отчетов, рецензий, аннотаций, конспектов, графического материала, эссе, переводов, решений заданий, выполненных заданий в электронном виде и т.д.

ЛС – Лекция-ситуация

Д – Дискуссия

5.2. Тематика письменных работ обучающихся

Темы рефератов, докладов, эссе

1. Особенности мультинациональных деловых коммуникаций.
2. Коммуникационная политика организации в отношении персонала.
3. Коммуникационная политика мультинациональных концернов на фоне глобализации.
4. Организация связей с общественностью в промышленности.
5. Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью в силовых структурах.
6. Фирменный стиль как элемент корпоративной идентичности.
7. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
8. Функционирование PR-отдела в структуре предприятия.
9. Формирование корпоративной культуры компании средствами PR.
10. Повышение конкурентоспособности компании средствами PR.
11. Анализ функционирования пресс-службы в структуре PR-отдела.
12. Управление коммуникациями и осуществление PR в организации.
13. Этические проблемы коммуникационного менеджмента и PR организации.

5.3. Перечень вопросов промежуточной аттестации по дисциплине

Вопросы к зачету

1. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента.
2. Предмет и объект коммуникационного менеджмента.
3. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.
4. Основные типы коммуникации.
5. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика организации.
6. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллектива и личности.
7. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом
8. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента.
9. Основные этапы коммуникационного процесса в организации.
10. Обратная связь в коммуникации.
11. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникационной среды.
12. Коммуникативное пространство.
13. Организация управления коммуникативным пространством.
14. Коммуникативная структура организации.
15. Виды, формы и стили общения коммуникатора.
16. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте.
17. Содержание ключевых проблем PR- деятельности.
18. Основные характеристики репутационных технологий.
19. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.
20. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации
21. Структура коммуникационной программы.
22. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.
23. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации.
24. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций.
25. Понятия политический маркетинг, социальный маркетинг. Привести примеры их деятельности.
26. Методы сбора социальной информации в коммуникационном менеджменте.
27. Понятия лоббизм, спонсорство, меценатство.
28. Системный подход в коммуникационном менеджменте.
29. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.

30. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.
31. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
32. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
33. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.
34. Цели кризисного менеджмента. Ошибки при реагировании на кризис. Недостатки работы в PR- службы в кризисной ситуации.
35. Схема коммуникаций в кризисной ситуации.
36. Национальный характер и его отражение в коммуникационном менеджменте.
37. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.
38. Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации.
39. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
40. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия, проблемы реализации.

Раздел 6. Оценочные средства промежуточной аттестации (с ключами)

1. *Прочитайте текст и выберите один правильный ответ.* Какой метод управленческого анализа помогает оценить внутренние и внешние факторы, влияющие на организацию?

- а) метод анкетирования
- б) метод сравнительного анализа
- в) SWOT-анализ
- г) Метод весовых коэффициентов

Правильный ответ: в)

2. *Прочитайте текст и выберите один правильный ответ.* В соответствии с данным принципом, разрабатывая систему управления, ее организационный, технический комплекс, системное обеспечение, рабочие программы и планы, необходимо стремиться к тому, чтобы предлагаемые решения подходили, возможно, более широкому спектру задач организации:

- а) принцип системного подхода;
- б) принцип комплексности задач и рабочих программ;
- в) принцип унификации;
- г) принцип открытости.

Правильный ответ: в)

3. *Укажите правильную последовательность.* Расположите этапы принятия решения в правильном порядке:

- 1) организация работ по реализации решения – обратная связь
- 2) возникновение проблем, по которым надо принять решение
- 3) выбор критериев, по которым будет принято решение

Правильный ответ: 2-3-1

4. *Установите правильную последовательность функций управления:*

- а) мотивация;
- б) планирование;
- в) контроль;
- г) организация.

Правильный ответ: б), г), а), в)

Раздел 7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Основная литература

1. Емельянов, С. М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина ; под редакцией С. М. Емельянова. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. — 272 с. — ISBN 978-5-9729-1811-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143604.html>
2. Камышанская, Н. Н. Теоретические основы управления организацией : учебное пособие / Н. Н. Камышанская, Е. А. Репина. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2025. — 118 с. — ISBN 978-5-9275-5010-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/157829.html>
3. Сафонова, Л. А. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Л. А. Сафонова. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2024. — 79 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149513.html>

7.2. Дополнительная литература

1. Андреева, Я. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Я. А. Андреева, Н. Г. Жигалова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022. — 95 с. — ISBN 978-5-7937-2143-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140159.html>
2. Бердников, И. П. PR-коммуникации : практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 208 с. — ISBN 978-5-394-04002-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99362.html>
3. Каракчиева, В. Л. Шаг к успеху в бизнесе: люди, организации и культуры. Steppingstone to Success in Business. People, Organizations and Cultures : учебное пособие / В. Л. Каракчиева, С. В. Никрошкина. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2024. — 240 с. — ISBN 978-5-7782-5281-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156490.html>
4. Сербулова, Н. М. Стратегический анализ внешней среды предприятия : учебное пособие / Н. М. Сербулова, И. В. Баранова. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2022. — 42 с. — ISBN 978-5-7890-2064-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130423.html>
5. Соколова, М. М. Технологии формирования имиджа, PR и реклама в социальной сфере : учебное пособие / М. М. Соколова. — Казань : Издательство КНИТУ, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-7882-3291-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/147906.html>

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.consultant.ru/>— Консультант Плюс
2. <http://www.garant.ru/>— Гарант
3. Программное обеспечение для организации конференции

Раздел 8. Материально-техническая база и информационные технологии

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по факультативной дисциплине:

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Коммуникационный менеджмент» включает в себя учебные аудитории для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы обучающихся.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных технологий обучения. Специфика реализации дисциплины с применением дистанционных технологий обучения устанавливается дополнением к рабочей программе. В части не противоречащей специфике, изложенной в дополнении к программе, применяется настоящая рабочая программа.

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включает в себя:

Компьютерная техника, расположенная в учебном корпусе Института (ул. Качинцев, 63, кабинет Центра дистанционного обучения):

1. Intel i 3 3.4Ghz\ОЗУ 4Gb\500GB\RadeonHD5450
2. Intel PENTIUM 2.9GHz\ОЗУ 4GB\500GB

Зличные электронные устройства (компьютеры, ноутбуки, планшеты и иное), а также средства связи преподавателей и студентов.

Информационные технологии, необходимые для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включают в себя:

- система дистанционного обучения (СДО) (Learning Management System) (LMS) Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment);

- электронная почта;
- система компьютерного тестирования;
- Цифровой образовательный ресурс IPR SMART;
- система интернет-связи skype;
- телефонная связь;
- программное обеспечение для организации конференции.

Обучение обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется посредством применения специальных технических средств в зависимости от вида нозологии.

При проведении учебных занятий по дисциплине используются мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся.

Лекционные аудитории оборудованы мультимедийными кафедрами, подключенными к звуковым колонкам, позволяющими усилить звук для категории слабослышащих обучающихся, а также проекционными экранами, которые увеличивают изображение в несколько раз и позволяют воспринимать учебную информацию обучающимся с нарушениями зрения.

При обучении лиц с нарушениями слуха используется усилитель слуха для слабослышащих людей CyberEar модель NAP-40, помогающий обучаемым лучше воспринимать учебную информацию.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;

для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Раздел 9. Методические указания для обучающихся по освоению факультативной дисциплины

Для успешного усвоения лекционного материала обучающийся должен просмотреть учебную литературу по теме лекции с тем, чтобы иметь хотя бы представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции. Он должен также мысленно припомнить то, что уже знает, когда-то читал, изучал по другим предметам применительно к данной теме. Главное в проделанной работе к лекции – формирование субъективного настроения на характер информации, которую он получит в лекции по соответствующей теме. Иногда для этого бывает достаточно ознакомиться с типовой рабочей программой или учебным руководством.

Проблемная лекция не только раскрывает пункты, проблемы, темы, которые находятся в программе, но и заставляет обучающего мыслить экономически грамотно, искать новые пути и средства решения наиболее сложных проблем. Она обладает большой информационной емкостью, и за короткое время преподаватель успевает изложить так много проблем, мыслей, идей, что надо не потеряться в этой информации. Обучающийся должен помнить, что никакой учебник, никакая монография или статья не могут заменить учебную лекцию. В свою очередь, работа на лекции – это сложный вид познавательной, интеллектуальной работы, требующей напряжения, внимания, воли, затрат нервной и физической энергии. Весь проблемный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т.е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплён в памяти. Приступая к слушанию нового материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным, уяснить, на что опирается изложенная тема. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном повышении тона, изменения ритма, пауза и т.п.), обучающийся должен вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и их содержание, проблемы и их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, обучающийся значительно облегчает себе глубокое понимание материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

Запись лекции является важнейшим элементом работы обучающегося на лекции. Конспект позволяет ему обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем он смог восстановить в памяти основные содержательные моменты лекции.

Типичная ошибка обучающихся – дословное конспектирование. Как правило, при записи слово в слово не остается времени на обдумывание, анализ и синтез информации. Искусство конспектирования сводится к навыкам свертывания информации, т.е. записи ее своими словами, частично словосочетаниями лектора, определенными и просто необходимыми сокращениями и иными приемами, но так, чтобы суметь вновь развернуть информацию без существенной потери. Отбирая нужную информацию, главные мысли, проблемы, решения и выводы, обучающейся сокращает текст и строит свой, в котором он сможет разобраться.

При ведении конспекта лекций есть материал, который записывается дословно, например, формулировки нормативных актов, определения основных криминологических категорий и законов. При этом обучающийся должен для себя в конспекте выделить главную мысль, идею в определении того или иного понятия, его сущность, не стараясь сразу понять его в деталях. Это позволит изначально усвоить экономические понятия, опираясь на главную идею, уяснить сущность.

В конспекте лекций обязательно записываются: название темы лекции, основные вопросы плана, рекомендуемая литература. Текст лекции должен быть разделен в соответствии с планом.

С окончанием лекции работа над конспектом не может считаться завершённой. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, уточнить что-то на консультации, предпринять иные меры с тем, чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к семинарам, экзамену, для дальнейшего изучения темы, на практике. Конспект лекций – незаменимый учебный документ, необходимый для самостоятельной работы.

Тематическим планом изучения дисциплины предусмотрены практические занятия. Подготовка к практическому занятию предполагает два этапа работы обучающихся.

Первый этап – усвоение теоретического материала. На первом этапе обучающийся должен отработать и усвоить учебно-программный вузовский материал, используя методические рекомендации по подготовке к семинару.

Второй этап предполагает выполнение практического задания. Конкретно такое задание дается обучающемуся преподавателем в конце занятия, предшествующего практическому. Это может быть подготовка конспекта, план работы по той или иной ситуации, план беседы и т.п.

Задания должны быть выполнены письменно. Кроме того, по теоретическим вопросам обучающийся должен подготовить рабочие планы своих ответов на них.

Домашнее задание обучающийся готовит самостоятельно, уделяя на подготовку не менее трех часов. При выполнении домашнего задания он может пользоваться техническими средствами, учебной литературой, конспектами лекций и др. Рекомендуется чаще обращаться за консультациями и оказанием необходимой помощи к преподавателям кафедры.

Учебно-методическое издание

Рабочая программа факультативной дисциплины

Коммуникационный менеджмент

(Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Чумакова Екатерина Александровна

(Фамилия, Имя, Отчество составителя)