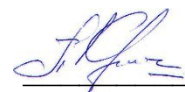


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю
Декан факультета
социологии и управления

 П.Е. Кричинский
«28» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Уровень основной профессиональной образовательной программы
бакалавриат

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) подготовки **Менеджмент организации**

Форма обучения **заочная**

Сроки освоения ОПОП **нормативный 4 г 6 месяцев**

Факультет (институт) **социологии и управления**

Кафедра **управление персоналом**

Рязань, 2017

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Целями освоения учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент» являются формирование компетенций и целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока Б1.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

«Организационное поведение»

«Теория организации»

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения, владение, формируемые данной учебной дисциплиной:

Итоговая государственная аттестация.

Защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и модели коммуникации; - особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; - этические нормы деловых отношений, основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций. 	<ul style="list-style-type: none"> - выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их; - разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; - планировать свою деятельность по изучению и решению задач дисциплины 	<ul style="list-style-type: none"> - приемами создания корпоративных коммуникаций; - основными методами формирования общественного мнения; - навыками делового общения.
2.	ПК-2	владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий	<ul style="list-style-type: none"> - основные закономерности управления коммуникацией и разрешения конфликтных ситуаций и причины возникновения и методы управления конфликтами; 	<ul style="list-style-type: none"> - содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, и разрешать конфликтные ситуации; - определять коммуникационную структуру организации; 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента, - навыками разрешения конфликтных ситуаций; - навыками успешного

		управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	<ul style="list-style-type: none"> - механизмы и принципы формирования организационно-коммуникационной структуры; - основные законы, принципы и технологии инновирования как субъектов управления, так и организаций в сфере деловой коммуникации, раскрытия их творческого потенциала в соответствии с социальными целями и требованиями конкурентной рыночной среды. 	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику. 	решения разнообразных организационно-управленческих и социально-экономических задач.
3.	ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	<ul style="list-style-type: none"> - особенности коммуникологических исследований; - знать организационные основы управления коммуникациями; - актуальные проблемы коммуникаций 	<ul style="list-style-type: none"> - выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их; - разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; - управлять PR-акциями; 	<ul style="list-style-type: none"> - моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента; - инновационные методы решения коммуникативных проблем; - методов, средств воздействия на коммуникационные процессы в организации

2.5 Карта компетенций дисциплины.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ					
КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ					
Целями освоения учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент» являются формирование компетенций и целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Профессиональные компетенции					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технология формирования	Формы оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<u>Знать:</u> - основные понятия и модели коммуникации; - особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; - этические нормы деловых отношений, основы делового общения, принципы и методы организации	- лекции и практические занятия; - изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы	- тестирование; - собеседование - экзамен	ПОРОГОВЫЙ принципы развития и закономерности функционирования организации основы управления поведением организации умение находить организационно-управленческие и экономические решения, ПОВЫШЕННЫЙ находить организационно-управленческие и экономические решения;

		<p>деловых коммуникаций.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их; - разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; - планировать свою деятельность по изучению и решению задач дисциплины <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами создания корпоративных коммуникаций; - основными методами формирования общественного мнения; - навыками делового общения. 			<p>разрабатывать алгоритмы их реализации и готовность нести ответственность за их результаты;</p> <p>использовать методы реализации основных управленческих функций в сфере управления персоналом</p>
ПК-2	<p>владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные закономерности управления коммуникацией и разрешения конфликтных ситуаций и причины 	<ul style="list-style-type: none"> - лекции и практические занятия; - изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы; 	<ul style="list-style-type: none"> - тестирование; - собеседование - экзамен 	<p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>этические нормы деловых отношений, основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций; сущность и методы управления</p>

	<p>основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде</p>	<p>возникновения и методы управления конфликтами; - механизмы и принципы формирования организационно-коммуникационной структуры; - основные законы, принципы и технологии инновирования как субъектов управления, так и организаций в сфере деловой коммуникации, раскрытия их творческого потенциала в соответствии с социальными целями и требованиями конкурентной рыночной среды; <u>Уметь:</u> - содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, и разрешать конфликтные ситуации; - определять коммуникационную структуру организации; - анализировать и</p>	<p>- разбор практических ситуаций</p>		<p>организационной культурой; ПОВЫШЕННЫЙ диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации, разрабатывать управленческие решения, направленные на их разрешение, использовать современные технологии управления персоналом организации</p>
--	---	--	---------------------------------------	--	--

		<p>осмысливать проводимую коммуникационную политику.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента, - навыками разрешения конфликтных ситуаций; - навыками успешного решения разнообразных организационно-управленческих и социально-экономических задач. 			
ПК-12	<p>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности коммуникологических исследований; - знать организационные основы управления коммуникациями; - актуальные проблемы коммуникаций; <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять целевые группы и группы взаимодействия, 	<ul style="list-style-type: none"> - лекции и практические занятия; - изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы; - разбор практических ситуаций 	<ul style="list-style-type: none"> - тестирование; - собеседование - экзамен 	<p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и применять их на практике</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ</p> <p>организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач, использовать и</p>

	муниципального управления)	<p>характеризовать их; - разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; - управлять PR-акциями; <u>Владеть:</u> - моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента; - инновационные методы решения коммуникативных проблем; - методов, средств воздействия на коммуникационные процессы в организации</p>			<p>применять современные технологии управления персонала</p>
--	----------------------------	--	--	--	--

Перечень компонентов не совпадают с 2.4

Формы оценочных средств не совпадают с 2.2 и 3.2

Не указан экзамен как форма оценочного средства

Уровни освоения дублируют знания, умения и владения

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		№ 8 часов
1	2	3
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	44	44
В том числе:		
Лекции (Л)	22	22
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	22	22
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
2. Самостоятельная работа студента (всего)	64	64
В том числе	-	-
<i>СРС в семестре:</i>	40	40
Курсовая работа	КП	-
	КР	-
Другие виды СРС:	-	-
Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам	10	10
Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям	10	10
Работа со справочными материалами	10	10
Изучение и конспектирование литературы	10	10
Выполнение индивидуальных домашних заданий	10	10
<i>СРС в период сессии</i>	24	24
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	-
	экзамен (Э)	36
ИТОГО: Общая трудоемкость	часов	144
	зач. ед.	4

В итоге должно быть 60

Виды СРС и часы по ним должны совпадать с 3.1

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

семестр	раздела №	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
8	1	Общие представления о дисциплине «коммуникационный менеджмент»	1.Предмет и содержание коммуникационного менеджмента. 2.Организационные отношения в коммуникационном менеджменте. 3.Коммуникационная политика организаций.
8	2	Коммуникационный менеджмент как процесс	4.Технологии коммуникационного менеджмента 5.Коммуникационные каналы в деловом общении 6.Деловая коммуникационная деятельность и общение
8	3	Механизмы управления коммуникациями	7.Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации. 8.Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни 9.Коммуникационный менеджмент в сфере политической и социальной жизни
8	4	Особенности управления информационными потоками	10.PR и коммуникационный менеджмент 11.Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

с е м е с т р	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего	
8	1	Общие представления о дисциплине «коммуникационный менеджмент»	6	-	6	10	30	Тестирование 3 неделя 8 семестра
		Предмет и содержание коммуникационного менеджмента.	2		2	6	10	Собеседование 1 неделя 8 семестра
		Организационные отношения в коммуникационном менеджменте.	2		2	6	10	Собеседование 2 неделя 8 семестра
		Коммуникационная политика организаций.	2		2	6	10	Собеседование 3 неделя 8 семестра
8	2	Коммуникационный менеджмент как процесс	6	-	6	10	30	Тестирование 6 неделя 8 семестра
		Технологии коммуникационного менеджмента	2		2	6	10	Собеседование 4 неделя 8 семестра
		Коммуникационные каналы в деловом общении	2		2	6	10	Собеседование 5 неделя 8 семестра
		Деловая коммуникационная деятельность и общение	2		2	6	10	Собеседование 6 неделя 8 семестра
8	3	Механизмы управления коммуникациями	6		6	10	30	Тестирование 9 неделя 8 семестра
		Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.	2		2	6	10	Собеседование 7 неделя 8 семестра
		Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни	2		2	6	10	Собеседование 8 неделя 8 семестра
		Коммуникационный менеджмент в сфере политической и социальной жизни	2		2	6	10	Собеседование 9 неделя 8 семестра
8	4	Особенности управления информационными потоками	4		4	10	18	Тестирование 11 неделя 8 семестра
		PR и коммуникационный	2		2	5	9	Собеседование

	менеджмент						10 неделя 8 семестра
	Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации	2		2	5	9	Собеседование 11 неделя 8 семестра
	Экзамен				24	36	
	ИТОГО	22		22	64	144	

2.3. Лабораторный практикум *не предусмотрен*

2.4. Курсовые работы *не предусмотрены*

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

с е м е с т р	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
8	1	Общие представления о дисциплине «коммуникационный менеджмент»	Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам	2
			Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям, контрольным работам и т.д.	2
			Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	2
			Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы	2
			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.)	2
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ:				10 час.
8	2	Коммуникационный менеджмент как процесс	Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам	2
			Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям, контрольным работам и т.д.	2
			Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	2
			Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы	2
			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.)	2
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ:				10 час.
8	3	Механизмы управления коммуникациями	Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам	2
			Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям, контрольным работам и т.д.	2
			Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	2
			Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы	2
			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.)	2
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ:				10 час.
8	4	Особенности управления информационными потоками	Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам Выполнение заданий при подготовке к	2

		семинарским занятиям, контрольным работам и т.д. Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями) Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.)	2 2 2
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ			10 час.
ИТОГО в семестре			40 час.

96 ч – это с учетом экзамена, на который отводится 36 ч. Здесь в итоге должно быть 60 ч.
При этом часы по видам должны совпадать с таблицей 1, а по разделам – с таблицей 2.2

3.2. График работы студента

Семестр № 8

Форма оценочного средства	Условное обозначе ние	Номер недели										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Собеседование	Сб	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Тестирование письменное	ТСп			+			+			+		+

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине *Коммуникационный менеджмент*

Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Для эффективного достижения указанных целей обучения процесс изучения материала курса «*Коммуникационный менеджмент*» предполагает достаточно интенсивную работу не только на лекциях и семинарах, но и с различными текстами и информационными ресурсами. В качестве основных элементов учебного процесса выступают проблемно-ориентированные лекции с объяснением и иллюстрированием ключевых понятий и категорий менеджмента, а также семинары-дискуссии с заслушиванием подготовленных сообщений. Ряд семинаров будет организован в виде практических занятий по решению аналитических задач и разбору конкретных ситуаций. В рамках консультаций и других дополнительных занятий будут обсуждаться результаты отдельных студенческих работ, проводиться текущее и рубежное тестирование, решение терминологических кроссвордов.

Для студентов заочного отделения особое значение приобретает самостоятельная проработка материала курса по учебникам и пособиям, в том числе и кафедральным, поскольку лекционный курс дается в этом случае в сокращенном виде. Особое внимание хочется обратить на то, что выполнение заданий требует обращения не только к учебникам, но и к информации, содержащейся в периодических изданиях, а также в интернете. В разделе «Учебно-методическое обеспечение» приведен список книг, периодических изданий и ресурсов интернета, которые могут оказаться полезными при изучении курса.

Итоговый контроль по курсу осуществляется в виде проведения экзамена. Экзамен сдается в форме теста, охватывающего соответствующую часть содержания курса и практической задачи.

Самостоятельная (аудиторная и внеаудиторная) работа студентов всех форм обучения является одним из основных видов познавательной деятельности, направленной на более глубокое и разностороннее изучение материалов учебного курса. Основная часть времени, предусмотренного для самостоятельной работы студентов по данному курсу, отводится на подготовку к практическим занятиям (семинарам), текущему контролю и промежуточной аттестации (экзамену). Студенты должны прочитать рекомендованные преподавателем учебные и научные тексты.

Самостоятельная (аудиторная) работа студентов всех форм обучения включает обязательное ведение конспектов лекций, а для очной формы обучения также – выступления (сообщения, доклады, рефераты) и выполнение тестов (заданий, задач и т.п.) на семинарских занятиях. Также студентам могут быть выданы письменные задания по составлению краткого конспекта указанной литературы (первоисточников), либо в виде поиска и анализа сведений из ресурсов Интернет, других источников информации и т.п.

Результаты выполнения самостоятельной работы представляются студентами во время аудиторных занятий, проверяются и оцениваются преподавателем в ходе текущего (рубежного, итогового) контроля – в соответствии с рейтинговой системой оценки и учета успеваемости, учебным планом (расписанием занятий, зачетно-экзаменационной сессии).

В целом самостоятельная работа студента при изучении курса, независимо от формы обучения, представляет собой следующее:

- Проработка материалов лекций (рекомендуется прочитывать лекцию в тот день, когда она была, а также перед семинаром);
- Чтение рекомендованной учебно-методической литературы;
- Чтение и проработка рекомендованных первоисточников;
- Поиск и проработка материалов периодической печати;

- Поиск и проработка материалов из интернет-ресурсов;
- Выполнение домашних заданий;
- Подготовка к тестам, семестровому зачету и экзамену.

4.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ семестра	№ раздела	Виды контроля и аттестации (ВК, ТАт, ПрАт)*	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Оценочные средства		
				Форма	Количество вопросов в задании	Количество независимых вариантов
1	2	3	4	5	6	7
5	1	ТАт	Общие представления о дисциплине «коммуникационный менеджмент»	Тестирование	20	2
5	2	ТАт	Коммуникационный менеджмент как процесс	Тестирование	20	2
5	3	ТАт	Механизмы управления коммуникациями	Тестирование	20	2
5	4	ТАт	Особенности управления информационными потоками	Тестирование	20	2
5	1-5	ПрАт		Экзамен	2	25

4.1.1. Примеры оценочных средств*:

Вид контроля	Форма контроля	Примеры оценочных средств
	Тест по разделу № 1	<p>1. Коммуникационный менеджмент - это ...</p> <p>а) Систематизированное сознательное объединение действий людей, преследующее достижение определенных целей;</p> <p>б) Теория и практика управления социальными коммуникациями как внутри организации, так и между организацией и ее средой, с целью проведения .Оптимально благоприятных для организации коммуникационных процессов, формирования и поддержания имиджа и общественного мнения, достижения согласия, сотрудничества и признания;</p> <p>в) Составляющая организации, которая складывается из устойчивых норм, представлений, принципов и верований относительно того, как данная организация должна и может реагировать на внешние воздействия, как следует вести себя в организации, каков смысл функционирования организации и т.п.;</p> <p>г) Деятельность по реализации созданного организацией продукта, призванная увязать в единый непротиворечивый процесс удовлетворения потребностей клиентов организации и достижение целей организации.</p> <p>2. Что из приведенного ниже НЕ является составляющей частью коммуникационного менеджмента:</p>

		<p>а) Анализ работы и описание ее содержание, а также требований к ней и ее окружению;</p> <p>б) Разработка коммуникационных стратегий;</p> <p>в) Формирование и усиление доверия и симпатии;</p> <p>г) Организация информационного трансферта и диалога.</p> <p>3. Как управленческая дисциплина, коммуникационный менеджмент сформировался в процессе развития:</p> <p>а) Психологии;</p> <p>б) Социологии;</p> <p>в) Паблик рилейнз;</p> <p>г) Маркетинга.</p>
	Тест по разделу № 2	<p>1. В коммуникационном менеджменте информация НЕ может быть классифицирована:</p> <p>а) По объему;</p> <p>б) По способу получения и распределения;</p> <p>в) По сроку давности;</p> <p>г) По стоимости.</p> <p>2. Формальная система, специально сконструированная для выдачи администрации информации о прошлом, настоящем и предполагаемом будущем - это...</p> <p>а) Система маркетинговых коммуникаций;</p> <p>б) Информационно-управляющая система;</p> <p>в) Коммуникационная сеть;</p> <p>г) Модель принятия решений.</p> <p>3. Для целей контроля обычно используется информация о (об):</p> <p>а) Плановом и фактическом объемах сбыта;</p> <p>б) Объеме сбыта за определенный период с учетом изменений во внешней среде;</p> <p>в) Типах конфликтов в организации;</p> <p>г) Изменении организационной культуры.</p>
	Тест по разделу № 3	<p>1. Комплексная оценка информационной политики организации за определенный период времени - это...</p> <p>а) Аудит финансовой отчетности;</p> <p>б) Коммуникационный аудит;</p> <p>в) Анализ внутренней среды;</p> <p>г) Анализ внешней среды.</p> <p>2. Можно выделить два основных вида аудита:</p> <p>а) Итоговый / текущий;</p> <p>б) Фиксированный / нефиксированный;</p> <p>в) Частичный / полный;</p> <p>г) Достоверный / вероятностный.</p> <p>3. Оценка коммуникационной деятельности компании для разработки и принятия решений, направленных на поддержание и корректировку имиджа и репутации компании - это...</p> <p>а) Основная функция коммуникационного аудита</p> <p>б) Предмет коммуникационного аудита;</p> <p>в) Цель коммуникационного аудита;</p> <p>г) Объект коммуникационного аудита.</p>
	Тест по разделу № 4	<p>1. Дайте определение понятию «лоббизм».</p> <p>Ответ: Лоббизм - это специфический институт политической системы, представляющий собой механизм воздействия частных</p>

		<p>и общественных организаций на процесс принятия решений парламентом.</p> <p>2. В каком случае коммуникационная деятельность в маркетинговой политике НЕ является необходимостью</p> <p>а) При разьяснении свойств сложного продукта; б) При выборе типа стратегии бизнеса; в) При создании информационного фона; г) При стимулировании потребительского интереса к «старому» продукту.</p> <p>3. Какую из структур предпочтительнее применять при формировании структуры отдела корпоративной коммуникации:</p> <p>а) Матричную; б) Традиционную; в) Дивизионную; г) Партиципативную.</p>
ПрАт	Экзамен	<p style="text-align: center;">Билет № 1</p> <p>1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения. 2. Целевые аудитории, виды, задачи, которые ставятся при их выборе.</p> <p style="text-align: center;">Билет № 2</p> <p>1. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента 2. Управление информационными ресурсами организации</p> <p style="text-align: center;">Билет № 3</p> <p>1. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента. 2. Методы коммуникационного воздействия.</p>

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

5.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используется при изучении и разделов	Курс	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1.	Менеджмент коммуникаций. Теория и практика	Крылов А. Н.	Москва: Издательство Национального института бизнеса, 2002..	1,2	2	10	-
2.	Введение в коммуникационный менеджмент	Орлов А.С.	Москва: Гардарики, 2005.	1,2	2	10	-

3	Коммуникационный менеджмент. Учебное пособие.	Шепель В.	М.: Гардарики, 2004.	1,3	2	10	
4	Коммуникационный менеджмент: Учеб. пособие	Рева В.Е.	Пенз. гос. ун-т. – Пенза: 2001	1,3,4,	2	-	

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используется при изучении и разделов	Курс	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1.	Информационный менеджмент массовой коммуникации.	Головкин Б.Н.	Москва.: Академический проект, 2005.	1,2,3,4	2	3	-
2.	Основы теории коммуникации: Учеб.	Василик, М.С. Вершинин, В.А. Павлов и др.	Москва Гардарики, 2003.	1,3	2	3	-
3.	Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие	Персикова Т.Н	Москва Логос, 2002.	1,2,3,	2	3	-
4.	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	Шарков Ф. И.	СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.	1,2,3,4	2	3	-

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Официальный сайт Президента России. - <http://www.kremlin.ru/>
2. Официальный сайт Совет Федерации РФ <http://www.council.gov.ru/>
3. Официальный сайт Государственная Дума РФ <http://www.duma.gov.ru/>
4. Официальный сайт Государственный университет управления - <http://www.guu.ru/>
5. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. - <http://www.government.ru/>
6. Официальный сайт - Правительство Рязанской области <http://www.ryazanreg.ru/>
7. Официальный сайт Рязанской областной Думы - <http://www.duma.ryazan.net/>
8. Официальный сайт Администрации города Рязани <http://www.admrzn.ru/>
9. Официальный сайт Рязанской городской Думы - <http://www.rgdrzn.ru/>
10. Портал электронной библиотеки - <http://www.ihtik.lib.ru/>
11. Информационно-поисковая система: Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru> (edu.consultant.ru)

12. Электронная библиотека студента «КнигаФонд» - <http://www.knigafund.ru/>

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

- 2.1.1. Электронная библиотека студента «КнигаФонд» - <http://www.knigafund.ru/>
 - 2.1.2. <http://www.rostrud.info/pravo/tk> - Трудовой кодекс Российской Федерации
 - 2.1.3. <http://www.hr-zone.net> – Специализированный сайт по управлению персоналом
 - 2.1.4. <http://www.hr-portal.ru> – HR-Portal. Сообщество HR-менеджеров
 - 2.1.5. <http://www.hr-hunter.com> - Международный портал по поиску работы для менеджеров по персоналу
 - 2.1.6. <http://www.hr-life.ru> – Специализированный ресурс для менеджеров по персоналу и руководителей
 - 2.1.7. <http://hrm.ru> – Ведущий портал о кадровом менеджменте
 - 2.1.8. <http://www.top-personal.ru> – Журнал "Управление персоналом"
 - 2.1.9. <http://www.mevriz.ru> - Журнал “Менеджмент в России и за рубежом”
 - 2.1.10. <http://magazine.hrm.ru> – Журнал “HR-менеджмент”
 - 2.1.11. <http://slovari.yandex.ru/dict/trud> - Российская энциклопедия по охране труда
 - 2.1.12. <http://www.otiss.ru> - Документы и рекомендации по охране труда.
- Информационная площадка журналов “Охрана труда и социальное страхование”, “Библиотека инженера по охране труда”, “Охрана труда. Практикум”, “Служба кадров и персонал”

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций – видеопроектор, экран настенный. Два компьютерных класса.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерных классах установлены средства MS Office: Word, Excel, Power Point и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствует.

**7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
(заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)**

8. РАЗДЕЛЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ СВЯЗИ С ОБЕСПЕЧИВАЕМЫМИ (ПОСЛЕДУЮЩИМИ) УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ (МОДУЛЯМИ)

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) учебных дисциплин (модулей)	Номера разделов данной учебной дисциплины (модуля), необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) учебных дисциплин (модулей)				
		1	2	3	4	5
1.	Итоговая государственная аттестация.			+		+
2	Защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).				+	+

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1	Общие представления о дисциплине «коммуникационный	ОПК-4	Тестирование
2	Коммуникационный менеджмент как процесс	ОПК-4, ПК-12, ПК-2	Тестирование
3	Механизмы управления коммуникациями	ОПК-4, ПК-12, ПК-2	Тестирование
4	Особенности управления информационными потоками	ОПК-4, ПК-1, ПК-2	Тестирование

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать - основные понятия и модели коммуникации; - особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа; - этические нормы деловых отношений, основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций	ОПК-4-31 ОПК-4-32 ОПК-4-33
		Уметь - выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их; - разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; - планировать свою деятельность по изучению и решению задач дисциплины	ОПК-4-У1 ОПК-4-У2 ОПК-4-У3
		Владеть - приемами создания корпоративных коммуникаций; - основными методами	ОПК-4-В1 ОПК-4-В2

		<p>формирования общественного мнения;</p> <p>- навыками делового общения.</p>	ОПК-4-В3
ПК 2	<p>владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде</p>	<p>Знать - основные закономерности управления коммуникацией и разрешения конфликтных ситуаций и причины возникновения и методы управления конфликтами;</p> <p>- механизмы и принципы формирования организационно-коммуникационной структуры;</p> <p>- основные законы, принципы и технологии инновирования как субъектов управления, так и организаций в сфере деловой коммуникации, раскрытия их творческого потенциала в соответствии с социальными целями и требованиями конкурентной рыночной среды.</p>	<p>ПК 2-31</p> <p>ПК 2-32</p> <p>ПК 2-33</p>
		<p>Уметь - содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, и разрешать конфликтные ситуации;</p> <p>- определять коммуникационную структуру организации;</p> <p>- анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику</p>	<p>ПК 2-У1</p> <p>ПК 2-У2</p> <p>ПК 2-У3</p>
		<p>Владеть - навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента,</p> <p>- навыками разрешения конфликтных ситуаций;</p> <p>- навыками успешного решения разнообразных организационно-управленческих и социально-экономических задач.</p>	<p>ПК 2-В1</p> <p>ПК 2-В2</p> <p>ПК 2-В3</p>
ПК-12	<p>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена</p>	<p>Знать - особенности коммуникологических исследований;</p> <p>- знать организационные основы управления коммуникациями;</p> <p>- актуальные проблемы коммуникаций;</p>	<p>ПК-12-31</p> <p>ПК-12-32</p> <p>ПК-12-33</p>

	опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	<i>Уметь</i> - выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их; - разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; - управлять PR-акциями;	ПК-12-У1 ПК-12-У2 ПК-12-У3
		<i>Владеть</i> - моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента; - инновационные методы решения коммуникативных проблем; - методов, средств воздействия на коммуникационные процессы в организации	ПК-12-В1 ПК-12-В2 ПК-12-В3

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)

№	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Понятие о коммуникационном менеджменте. Предмет и объект коммуникационного менеджмента.	ОПК-4-31 ПК-12-У3
2	Основные типы коммуникации.	ПК 2-У2 ПК 2-В2
3	Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика организации.	ПК 2-В1 ОПК-4-У1
4	Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллектива и личности.	ПК-12-У3 ОПК-4-У3
5	Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента.	ОПК-4-В1 ПК-12-У3
	Основные этапы коммуникационного процесса в организации.	ПК 2-31 ПК 2-33
7	Обратная связь в коммуникации.	ОПК-4-32 ПК 2-32
8	Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникационной среды.	ПК 2-У1 ПК 2-У3
9	Коммуникативное пространство.	ПК 2-В3
10	Организация управления коммуникативным пространством.	ОПК-4-У2 ПК 2-32
11	Коммуникативная структура организации.	ОПК-4-В1 ПК-12-32
12	Виды, формы и стили общения коммуникатора.	ОПК-4-В3
13	Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте.	ОПК-4-В1 ПК-12-У3
14	Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.	ПК-12-В1 ПК-12-В3
15	Виды общения на групповом и межличностном уровне в	ПК-12-У3

	организации.	ПК-12-У2
16	Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации.	ОПК-4-У1 ПК 2-В2
17	Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.	ОПК-4-У2 ПК-12-У3
18	Формальные и неформальные коммуникации.	ПК 2-У1 ОПК-4-33
19	Коммуникационный менеджмент и персонал организации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров.	ПК-12-У3 ОПК-4-33
20	Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.	ПК 2-33 ПК 2-В2
21	Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура.	ПК-12-У3 ОПК-4-У2
22	Понятие и виды коммуникационных барьеров.	ОПК-4-32 ПК 2-В2
23	Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловой коммуникации.	ОПК-4-31 ОПК-4-В2
24	Социальные, психологические, этические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.	ОПК-4-У1 ПК 2-У1
25	Национальный характер и его отражение в коммуникационном менеджменте.	ПК 2-33 ПК 2-У1
26	Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.	ПК 2-В1 ОПК-4-32
27	Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом.	ОПК-4-У1 ОПК-4-В2
28	Коммуникационный менеджмент и взаимодействие с целевыми аудиториями: инвесторами, акционерами, потребителями, конкурентами.	ОПК-4-31 ПК 2-У1
29	Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации.	ОПК-4-В1 ПК 2-В2
30	Коммуникационный менеджмент и персонал организации. Особенности коммуникационного менеджмента при повышении квалификации, увольнении сотрудников.	ОПК-4-У2 ПК 2-33
31	Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации	ОПК-4-32 ПК 2-В2
32	Функции менеджера в сфере коммуникаций	ОПК-4-В1 ПК-12-33
33	Структура коммуникаций в организации	ОПК-4-У2 ПК 2-В1
34	Коммуникация как элемент управленческой деятельности	ПК 2-33
35	Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.	ОПК-4-32 ПК-12-В2
36	Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.	ОПК-4-31 ПК 2-У2
37	Система внешних коммуникаций организации.	ПК-12-У1 ПК-12-У2
38	Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации	ОПК-4-У2 ОПК-4-В3

39	Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.	ПК 2-33
40	Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации	ОПК-4-32 ПК-12-33
41	Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации	ОПК-4-31 ПК 2-В1
42	Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.	ОПК-4-У2 ПК-12-У1
43	Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов	ПК 2-33
44	Понятие о коммуникационных сетях	ОПК-4-32 ПК-12-У1
45	Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.	ОПК-4-31 ПК-12-31
46	Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.	ОПК-4-У2 ПК 2-В2
47	Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами	ПК 2-33 ПК 2-У1
48	Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности	ОПК-4-31 ОПК-4-У2
49	Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью, сходство и различие.	ОПК-4-В1 ПК 2-В2
50	Коммуникационная политика организации. Формирование коммуникационных целей.	ОПК-4-31 ОПК-4-У1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкалы оценивания)

Оценка *отлично* (зачтено) ставится:

- за полное и глубокое знание программного материала;
- за умение логически мыслить, правильно и четко формулировать ответы на поставленные вопросы, свободно используя при этом специальную лексику и терминологию данного курса.

Оценка *хорошо* (зачтено) ставится:

- за соответствие знаний студента предыдущим критериям, но при допущении им нечетких формулировок и неуверенности в ответе на поставленные преподавателем вопросы.

Оценка *удовлетворительно* (зачтено) ставится:

- при условии, что студент знает большую часть основного материала, но излагает его в основном поверхностно и сжато, без соответствующих комментариев, доказательств и выводов.

Оценка *неудовлетворительно* (не зачтено) ставится:

- в том случае, когда студент не способен изложить основной материал ни в процессе устного, ни в процессе письменного контроля знаний студентов и затрудняется с ответами на дополнительные вопросы экзаменаторов.