

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.08.2021 12:46:03  
Уникальный программный ключ:  
с098bc0c1041cb2a4cf976cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»



УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор –  
проректор по учебной работе  
Н.Г. Кузнецов  
«01» июня 2018г.

Рабочая программа дисциплины  
**Коммуникационный менеджмент**

по профессионально-образовательной программе направления 39.03.03  
"Организация работы с молодежью"

Квалификация

Бакалавр

Ростов-на-Дону  
2018 г.

## КАФЕДРА Экономическая теория

## Распределение часов дисциплины по семестрам


Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	24	24	24	24
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144


## ОСНОВАНИЕ

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 39.03.03 "Организация работы с молодежью" (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 20.10.2015г. №1173)


Рабочая программа составлена по профессионально-образовательной программе направления 39.03.03 "Организация работы с молодежью"


Учебный план утвержден учёным советом вуза от 27.03.2018 протокол № 10.

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б.  25.05.18

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г.  25.05.18

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Костоглодов Д.Д.  29.05.18

Отделом образовательных программ и планирования учебного процесса Горопова Т.В.  30.05.18

Проректором по учебно-методической работе Джуха В.М.  31.05.18

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. \_\_\_\_\_

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. \_\_\_\_\_

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. \_\_\_\_\_

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. \_\_\_\_\_

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. \_\_\_\_\_

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. \_\_\_\_\_

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. \_\_\_\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. \_\_\_\_\_

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. \_\_\_\_\_

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Цели научить студентов теоретическому осмыслению и навыкам профессиональной работы в области крммуникационного менеджмента на основе современной теории коммуникационных процессов. Главная задача – приобрести навыки разработки кампаний и использованию различных методов и инструментов по созданию управлению и защите корпоративной репутации в сфере бизнеса.
1.2	Задачи: получение представления о понятии, концептуальных основах и сферах применения коммуникационного менеджмента; знание принципов стратегического планирования и оперативного управления в сфере корпоративных коммуникаций; умение пользоваться методами анализа и исследования в коммуникационном менеджменте.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.02
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Необходимыми условиями для успешного освоения дисциплины являются навыки, знания и умение, полученные в результате изучения дисциплины: Введение в специальность	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Технологии управления общественным мнением	
2.2.2	Теория и практика социальных коммуникаций	

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>ПК-1: способностью осуществлять сбор и систематизацию научной информации по молодежной проблематике</b>	
<b>Знать:</b>	
способы сбора и систематизации информации по молодежной проблематике; социально-психологические основы общения; основные принципы социального партнерства;	
<b>Уметь:</b>	
анализировать информацию о социально и личностно значимых проблемах кооперации и межличностных отношений молодежи; выявлять и учитывать межкультурные особенности в коммуникации и в управлении проектами.	
<b>Владеть:</b>	
навыками применения собранной и систематизированной информации по молодежной проблематике в организации коммуникативного поведения в молодежном коллективе и профессиональной организации;	
<b>ПК-29: способностью участвовать в развитии инновационных технологий в практике работы с молодежью</b>	
<b>Знать:</b>	
основные понятия и категории, формы, методы и уровни инновационных и коммуникативных технологий социальной работы с молодежью; основные виды технологий в различных сферах жизнедеятельности и с различными группами молодежи; структуру коммуникаций.	
<b>Уметь:</b>	
технологически организовывать коммуникационный процесс с молодежью на разных уровнях; анализировать субъекты коммуникационного процесса; создавать индивидуальные технологические разработки в сфере организации коммуникационных процессов с молодежью.	
<b>Владеть:</b>	
инновационными приемами и методиками организации коммуникаций среди молодежи; навыками использования полученных знаний о коммуникационном менеджменте в профессиональной деятельности; технологией коммуникативного взаимодействия с молодежью.	

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Интер акт.	Примечание
	Раздел 1. «Коммуникационный менеджмент как профессиональная деятельность.»						

1.1	«Структура, цели и междисциплинарные связи «Коммуникационного менеджмента». Основные понятия в Коммуникационном менеджменте.. Коммуникационный менеджмент: определение, предмет, задачи и функции. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2	2	
1.2	«Структура, цели и междисциплинарные связи «Коммуникационного менеджмента». Основные понятия в Коммуникационном менеджменте.. Коммуникационный менеджмент: определение, предмет, задачи и функции. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
1.3	Темы рефератов 1. Соотношение понятий коммуникация и общение . 2. Современные средства деловой коммуникации. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	« Персональная репутация: структура и коммуникативные технологии формирования». Соотношение понятий «персональный имидж», «персональная репутация». Соотношение элементов персонального имиджа и персональной репутации. Основные коммуникативные технологии в формировании персональной репутации в .молодежной политике в России. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2	2	
1.5	« Персональная репутация: структура и коммуникативные технологии формирования». Соотношение понятий «персональный имидж», «персональная репутация». Соотношение элементов персонального имиджа и персональной репутации. Основные коммуникативные технологии в формировании персональной репутации в .молодежной политике в России. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
1.6	Тема презентации: Опыт использования коммуникативных технологий в формировании персональной репутации организатора работы с молодёжью в России. /Ср/	4	6	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	

1.7	«Деловая коммуникация в организации» Типология коммуникаций в организации. Элементы и факторы формирования деловой коммуникации в организации и ее функции. Коммуникационные аудитории. Направления коммуникационного менеджмента. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой коммуникация в организации. Факторы, влияющие на процесс создания и управления деловой коммуникацией в организации. /Лек/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2	2	
1.8	«Деловая коммуникация в организации» Типология коммуникаций в организации. Элементы и факторы формирования деловой коммуникации в организации и ее функции. Коммуникационные аудитории. Направления коммуникационного менеджмента. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой коммуникация в организации. Факторы, влияющие на процесс создания и управления деловой коммуникацией в организации. /Пр/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
1.9	Темы докладов 1.Функции деловой коммуникация в организации. 2.Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой коммуникацией. 3.Жизненный цикл компании и особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
1.10	« Деловая коммуникация региона (страны)». Соотношение понятий коммуникация региона и имидж региона. Соотношение элементов коммуникации региона и имиджа региона. Функции коммуникации региона. Коммуникационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2	0	
1.11	« Деловая коммуникация региона (страны)». Соотношение понятий коммуникация региона и имидж региона. Соотношение элементов коммуникации региона и имиджа региона. Функции коммуникации региона. Коммуникационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
1.12	Тема эссе « Влияние деловой коммуникация региона (страны) на его репутацию». /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	

	<b>Раздел 2. «Технологии коммуникационного менеджмента и методы оценки деловой коммуникации»</b>						
2.1	« Коммуникационная составляющая репутации». Планирование корпоративной коммуникации. Применение современных информационных технологий в коммуникационной деятельности. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2	0	
2.2	« Коммуникационная составляющая репутации». Планирование корпоративной коммуникации. Применение современных информационных технологий в коммуникационной деятельности. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
2.3	Темы докладов 1.Перспективы планирования корпоративной коммуникации. 2.Барьеры применения современных информационных технологий в коммуникационной деятельности /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
2.4	«Антикризисные коммуникации в управлении деловой репутации». PR-технологии формирования деловой коммуникации. Реклама как технология формирования деловой коммуникации. Социальные технологии коммуникационного менеджмента. Направления социальных программ. Приоритетные направления коммуникационных технологий. Партнеры. Антикризисный коммуникационный менеджмент. /Лек/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2	0	
2.5	«Антикризисные коммуникации в управлении деловой репутации». PR-технологии формирования деловой коммуникации. Реклама как технология формирования деловой коммуникации. Социальные технологии коммуникационного менеджмента. Направления социальных программ. Приоритетные направления коммуникационных технологий. Партнеры. Антикризисный коммуникационный менеджмент. /Пр/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л2.1	4	
2.6	Темы рефератов 1.Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодежью. 2.Социально-ответственные коммуникационные молодежные проекты. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	

2.7	«Методики оценки деловой коммуникации организации и региона». Структура оценки коммуникации, применение статистических и социологических методов для исследования и оценки коммуникационных параметров. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2	0	
2.8	«Методики оценки деловой коммуникации организации и региона». Структура оценки коммуникации, применение статистических и социологических методов для исследования и оценки коммуникационных параметров. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	4	
2.9	Тема реферата 1. Структура оценки коммуникации в молодёжных объединениях и организациях. 2. Социологические методы исследования и оценки деловой коммуникации молодёжи. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
2.10	/Экзамен/	4	36	ПК-1 ПК-29	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Основные понятия в Коммуникационном менеджменте..
2. Коммуникационный менеджмент: определение, предмет, задачи и функции.
3. Соотношение понятий коммуникация и общение .
4. Современные средства деловой коммуникации.
5. Основные коммуникативные технологии в формировании персональной репутации в .молодежной политике в России.
6. Опыт использования коммуникативных технологий в формировании персональной репутации организатора работы с молодёжью в России
7. Типология коммуникаций в организации.
8. Элементы и факторы формирования деловой коммуникации в организации и ее функции.
9. Коммуникационные аудитории.
10. Направления коммуникационного менеджмента.
11. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой коммуникация в организации.
12. Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой коммуникацией.
13. Особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий.
14. Соотношение понятий коммуникация региона и имидж региона.
15. Соотношение элементов коммуникации региона и имиджа региона.
16. Функции коммуникации региона.
17. Коммуникационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними.
18. Влияние деловой коммуникация региона (страны) на его репутацию
19. Планирование корпоративной коммуникации.
20. Применение современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
21. Перспективы планирования корпоративной коммуникации.
22. Барьеры применения современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
23. PR- технологии формирования деловой коммуникации.
24. Реклама как технология формирования деловой коммуникации.
25. Социальные технологии коммуникационного менеджмента.
26. Направления социальных программ.
27. Приоритетные направления коммуникационных технологий.
28. Партнеры деловой коммуникации
29. Антикризисный коммуникационный менеджмент.
30. Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодёжью.
31. Социально- ответственные коммуникационные молодёжные проекты
32. Структура оценки коммуникации.
33. Применение статистических и социологических методов для исследования и оценки коммуникационных параметров.



34. Социологические методы исследования и оценки деловой коммуникации молодежи
<b>5.2. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля</b>
Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Одинцов А. А.	Менеджмент организации : введение в специальность: учеб. пособие для вузов	М.: Академия, 2007	30
Л1.2	Рева В. Е.	Коммуникационный менеджмент: учебное пособие	Пенза: Пензенский государственный университет, 2003	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> - неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1		Менеджмент XXI века: Пер. с англ.	М.: ИНФРА-М, 2002	35

#### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Переверзев М. П., Калинина З. Н.	Менеджмент в молодежной политике: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 040104 "Орг. работы с молодежью"	М.: ИНФРА-М, 2014	25

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Корпоративная имиджелогия. <a href="http://www.ci-journal.ru/">http://www.ci-journal.ru/</a>
Э2	Профессиональный PR-портал Советник. <a href="http://www.sovetnik.ru/">http://www.sovetnik.ru/</a>

### 6.3. Перечень программного обеспечения

6.3.1	Microsoft Office
-------	------------------

### 6.4 Перечень информационных справочных систем

6.4.1	Консультант +
-------	---------------

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

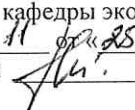
7.1	Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.
-----	--

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1  
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено  
на заседании кафедры экономической теории  
Протокол № 11 от «25» 05 2018 г.  
Зав.кафедрой  Кузнецов Н.Г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Коммуникационный менеджмент**

Направление подготовки

**39.03.03 Организация работы с молодежью**

Уровень образования  
БАКАЛАВРИАТ

Составитель



Огания Т.Б., профессор, д.п.н., доцент  
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое  
звание

Ростов-на-Дону, 2018

**Оглавление**

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	3
2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	3
3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	5
4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	18

## 1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования представлен в п. 3. «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины.

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

### 2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1 способность осуществлять сбор и систематизацию научной информации по молодежной проблематике			
З: способы сбора и систематизации информации по молодежной проблематике; социально-психологические основы общения; основные принципы социального партнерства;	Выученные способы сбора и систематизации информации по молодежной проблематике; социально-психологические основы общения; основные принципы социального партнерства;	Полнота и правильность ответа	Э- экзамен
У: анализировать информацию о социально и личностно значимых проблемах кооперации и межличностных отношений молодежи; выявлять и учитывать межкультурные особенности в коммуникации и в управлении проектами.	Анализ информации о социально и личностно значимых проблемах кооперации и межличностных отношений молодежи;	содержательность ответа; умение анализировать; соответствие представленной в ответах информации заданной теме	С- (собеседование)
В: навыками применения собранной и систематизированной информации по молодежной проблематике в организации коммуникативного поведения в молодежном коллективе и профессиональной организации;	Работа с информацией в команде	Завершённость результата	ДИ – деловая игра.
ПК-29: способность участвовать в развитии инновационных технологий в практике работы с молодежью			

3 основные понятия и категории, формы, методы и уровни инновационных и коммуникативных технологий социальной работы с молодежью; основные виды технологий в различных сферах жизнедеятельности и с различными группами молодежи; структуру коммуникаций.	Выученные основные понятия и категории, формы, методы и уровни инновационных и коммуникативных технологий социальной работы с молодежью; основные виды технологий в различных сферах жизнедеятельности и с различными группами молодежи; структура коммуникаций.	Полнота и правильность ответа	Э- экзамен
У: технологически организовывать коммуникационный процесс с молодежью на разных уровнях; анализировать субъекты коммуникационного процесса; создавать индивидуальные технологические разработки в сфере организации коммуникационных процессов с молодежью	Анализ реальных деловых коммуникаций	Содержательность ответа; умение анализировать; соответствие представленной в ответах информации заданной теме	С- (собеседование)
В: инновационными приемами и методиками организации коммуникаций среди молодежи; навыками использования полученных знаний о коммуникационном менеджменте в профессиональной деятельности; технологией коммуникативного взаимодействия с молодежью.	Использование различных инновационных приемов и методов при организации коммуникаций среди молодежи	Умение находить и использовать инновационные приемы и методы при организации коммуникаций среди молодежи; умение аргументировать свою позицию целенаправленность поиска и отбора;	ДИ – деловая игра.

### 2.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра экономической теории

### Вопросы к экзамену

по дисциплине **Коммуникационный менеджмент**

1. Основные понятия в Коммуникационном менеджменте..
2. Коммуникационный менеджмент: определение, предмет, задачи и функции.
3. . Соотношение понятий коммуникация и общение .
4. Современные средства деловой коммуникации.
5. Основные коммуникативные технологии в формировании персональной репутации в молодежной политике в России.
6. Опыт использования коммуникативных технологий в формировании персональной репутации организатора работы с молодежью в России
7. Типология коммуникаций в организации.
8. Элементы и факторы формирования деловой коммуникации в организации и ее функции.
9. Коммуникационные аудитории.
10. Направления коммуникационного менеджмента.
11. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой коммуникация в организации.
12. .Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой коммуникацией.
13. Особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий.
14. Соотношение понятий коммуникация региона и имидж региона.
15. Соотношение элементов коммуникации региона и имиджа региона.
16. Функции коммуникации региона.
17. Коммуникационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними.
18. Влияние деловой коммуникация региона (страны) на его репутацию
19. Планирование корпоративной коммуникации.
20. Применение современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
21. .Перспективы планирования корпоративной коммуникации.
22. .Барьеры применения современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
23. PR- технологии формирования деловой коммуникации.
24. Реклама как технология формирования деловой коммуникации.
25. Социальные технологии коммуникационного менеджмента.
26. Направления социальных программ.
27. Приоритетные направления коммуникационных технологий.
28. Партнеры деловой коммуникации
29. . Антикризисный коммуникационный менеджмент.
30. Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодежью.

31. Социально- ответственные коммуникационные молодежные проекты
32. Структура оценки коммуникации.
33. Применение статистических и социологических методов для исследования и оценки коммуникационных параметров.
34. Социологические методы исследования и оценки деловой коммуникации молодежи

Составитель Т.Б. Оганян 

«15» 05 20 18г.

Критерии оценивания:

- 84-100 оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если оба вопроса раскрыты полно, логично, студент ответил на дополнительные вопросы, владеет содержанием материала.
- 67-83 оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если оба вопроса раскрыты в основном полно , потребовалась помощь при ответе в виде наводящих вопросов, есть некоторое нарушение логики ответа, студент ответил не на все дополнительные вопросы, но в целом владеет содержанием материала.
- 50-66 оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если оба вопроса раскрыты схематично, логично, или полно ответил на один вопрос, а на второй не знает ответа, студент не ответил дополнительные вопросы, отрывочно владеет содержанием материала.
- 0-49 оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если студент не знает ответов на вопросы

### Оформление задания для деловой (ролевой) игры

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра экономической теории

### Деловая игра

по дисциплине **Коммуникационный менеджмент**

**ДИ модуль 3. Деловая игра**  
**Тема «Коммуникационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними».**

. Технология сотрудничества

### Концепция игры

Моделирование и проигрывание этапов подготовки к взаимодействию с коммуникационными аудиториями региона организатора работы с молодёжью (по выбору студентов или по условиям преподавателя в зависимости от уровня группы)

### Роли

Лидер ведущий (в зависимости от уровня группы это может быть преподаватель или наиболее продвинутый студент), лидеры подгрупп, участники внутри подгрупп.

### Ожидаемый (е) результат(ы)

Продукт сотрудничества, полученный в отведённый отрезок времени

**Регламент проведения** мероприятия оценивания: преподаватель наблюдает за действиями играющих в соответствии с основными действиями методики сотрудничества. За 10 мин до конца пары проводится самоанализ каждым участником по вопросам: соответствие совершаемых действий этапам подготовки к взаимодействию с коммуникационными аудиториями региона организатора работы с молодёжью; качество личного вклада в результат сотрудничества.

### Критерии оценивания:

- 84-100 оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он знает этапы подготовки к взаимодействию с коммуникационными аудиториями региона организатора работы с молодёжью, руководствуется ими при выполнении своей роли, добивается качественного результата, в процессе самоанализа верно подмечает положительные и отрицательные стороны своей деятельности.

- 67-83 оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он в целом знает этапы подготовки к взаимодействию с коммуникационными аудиториями региона организатора работы с молодёжью, однако не всегда руководствуется ими при выполнении своей роли, добивается качественного результата, в процессе самоанализа, подмечает не все положительные и отрицательные стороны своей деятельности.

- 50-66 оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он схематично знает этапы подготовки к взаимодействию с коммуникационными аудиториями региона организатора работы с молодёжью, не всегда руководствуется ими при выполнении своей роли, к качественному результату стремится, но не всегда его добивается, в процессе самоанализа неверно подмечает положительные и отрицательные стороны своей деятельности.

- 0-49 оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает этапы подготовки к взаимодействию с коммуникационными аудиториями региона организатора работы с молодёжью, не руководствуется ими при выполнении своей роли, не добивается качественного результата, в процессе самоанализа не может увидеть положительные и отрицательные

стороны своей деятельности.

Составитель  Т.Б.Оганян  
«15» 05 2018г. (подпись)

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра *экономической теории*

### Темы эссе

по дисциплине **Коммуникационный менеджмент**

### Раздел 1. « Коммуникационный менеджмент как профессиональная деятельность»

1. Соотношение понятий коммуникация и общение.
2. Современные средства деловой коммуникации.
3. Опыт использования коммуникативных технологий в формировании персональной репутации организатора работы с молодёжью в России
4. Функции деловой коммуникация в организации.
- 5.Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой коммуникацией
- 6.Жизненный цикл компании и особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий.
7. Влияние деловой коммуникация региона (страны) на его репутацию

### Раздел 2. «Технологии коммуникационного менеджмента и методы оценки деловой коммуникации»

1. Планирование корпоративной коммуникации.
2. Перспективы планирования корпоративной коммуникации.
3. Барьеры применения современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
4. Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодёжью.
5. Социально- ответственные коммуникационные молодёжные проекты.
6. Структура оценки коммуникации в молодёжных объединениях и организациях.
7. Социологические методы исследования и оценки деловой коммуникации молодёжи.

**Требования к оформлению:** текст должен быть изложен в течение 2-3 минут (3-4 страницы или до 10-15 слайдов презентации) и быть результатом

работы с тремя или более источниками, включая учебники по педагогике для бакалавров. Размер шрифта 14пт, печать через 1,5 интервала.

**Регламент проведения мероприятия оценивания:** студент представляет выполненное в процессе самостоятельной работы задание течение 2-3х минут, после этого отвечает на вопросы по его содержанию. Методические рекомендации: аудитория нацеливается на представление результатов своей деятельности, внимательное восприятие материалов своих однокурсников, каждый студент должен задать аудитории 2-3 вопроса по своему выступлению и не менее одного вопроса одному из выступающих и аудитории по выступлению своих товарищей. Рекомендуется подобрать несколько источников информации. В качестве исходного использовать учебники по педагогике для бакалавров.

#### Критерии оценивания:

- 84-100 оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если выбранная тема раскрыта полно, логично, студент ответил на вопросы, владеет содержанием материала, внимательно слушал сообщение своих товарищей и отвечал на вопросы по их содержанию.
- 67-83 оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если выбранная тема раскрыта в основном полно, потребовалась помощь в подборе материала, но текст в основном составлен самостоятельно и в основном вопрос раскрыт, есть некоторое нарушение логики, студент ответил не на все дополнительные вопросы, но в целом владеет содержанием материала, не задаёт вопросы или не точно ответил на вопросы по содержанию выступлений своих товарищей.
- 50-66 оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если выбранная тема раскрыта схематично, логично, если потребовалась помощь в подборе материала и формировании текста, студент не ответил на вопросы, вопросы к аудитории не составлены или составлены неудачно, отрывочно владеет содержанием материала, не проявляет никакой активности по материалам выступлений своих товарищей.
- 0-49 оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если выбранная тема не раскрыта, если работа не выполнена.

Составитель \_\_\_\_\_ Т.Б.Оганян  
  
(подпись)  
25» 05 2018г.

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра *экономической теории*

#### Вопросы для собеседования

по дисциплине **Коммуникационный менеджмент**

#### Раздел 1. « Коммуникационный менеджмент как профессиональная деятельность»

1. Основные понятия в Коммуникационном менеджменте..
2. Коммуникационный менеджмент: определение, предмет, задачи и функции.
3. . Соотношение понятий коммуникация и общение .
4. Современные средства деловой коммуникации.
5. Основные коммуникативные технологии в формировании персональной репутации в молодежной политике в России.
6. Опыт использования коммуникативных технологий в формировании персональной репутации организатора работы с молодежью в России
7. Типология коммуникаций в организации.
8. Элементы и факторы формирования деловой коммуникации в организации и ее функции.
9. Коммуникационные аудитории.
10. Направления коммуникационного менеджмента.
11. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой коммуникация в организации.
12. .Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой коммуникацией.
13. Особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий.
14. Соотношение понятий коммуникация региона и имидж региона.
15. Соотношение элементов коммуникации региона и имиджа региона.
16. Функции коммуникации региона.
17. Коммуникационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними.

#### Раздел 2. «Технологии коммуникационного менеджмента и методы оценки деловой коммуникации»

1. Планирование корпоративной коммуникации.
2. Применение современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
3. .Перспективы планирования корпоративной коммуникации.
4. .Барьеры применения современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
5. PR- технологии формирования деловой коммуникации.
6. Реклама как технология формирования деловой коммуникации.
7. Социальные технологии коммуникационного менеджмента.
8. Направления социальных программ.
9. Приоритетные направления коммуникационных технологий.
10. Партнеры деловой коммуникации
11. . Антикризисный коммуникационный менеджмент.
12. Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодежью.

13. Социально- ответственные коммуникационные молодёжные проекты
14. Структура оценки коммуникации.
15. Применение статистических и социологических методов для исследования и оценки коммуникационных параметров.
16. Социологические методы исследования и оценки деловой коммуникации молодежи

**Регламент проведения мероприятия оценивания:**

Предел длительности всего контроля 90 мин.

**Критерии оценивания:**

Правильный ответ на один вопрос оценивается в 10 баллов.

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он набирает 84-100 баллов;
- оценка «хорошо», если набирает 68-82 балла;
- оценка «удовлетворительно», если набирает 50-66 баллов;
- оценка «неудовлетворительно», если набирает менее 50 баллов.

Составитель \_\_\_\_\_ Т.Б.Оганян  
(подпись)

«25» 05 \_\_\_\_\_ 2018 г.

**4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

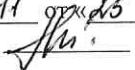
Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 3 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме экзамена

Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в устной форме. Количество вопросов в экзаменационном билете – 2. Объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2  
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено  
на заседании кафедры экономической теории  
Протокол № 11 от «15» 05 2018 г.  
Зав.кафедрой  Кузнецов Н.Г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Коммуникационный менеджмент**  
Направление подготовки

**39.03.03 Организация работы с молодежью**

Уровень образования  
БАКАЛАВРИАТ

Составитель



Оганиян Т.Б., профессор, д.п.н., доцент  
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое  
звание

Ростов-на-Дону, 2018

Методические указания по освоению дисциплины  
«Коммуникационный менеджмент» адресованы студентам всех форм  
обучения.

Учебным планом по направлению подготовки «39.03.03 Организация  
работы с молодежью» предусмотрены следующие виды занятий:  
- лекции;  
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические вопросы  
по учебной дисциплине, даются рекомендации для самостоятельной работы  
и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания  
студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются  
навыки анализа, обобщения, применения педагогических приёмов и  
технологий, необходимых для работы с различными категориями молодёжи.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- выполнить домашнее задание, рекомендованными преподавателем  
способами при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить  
реферат, презентацию, эссе, синквейн по теме занятия. В процессе  
подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться  
консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях,  
должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы.  
Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой  
курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса,  
собеседования, дискуссии. В ходе самостоятельной работы каждый  
студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную  
литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций  
недостающим материалом, выписками из рекомендованных  
первоисточников, выделить непонятные термины, найти их значение в  
энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему практическому занятию  
по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

При реализации различных видов учебной работы используются  
разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности:  
деловые игры, дискуссии, анализ конкретных ситуаций. В процессе изучения  
различных тем студентам даётся установка на выбор темы курсовой работы.



На каждом практическом занятии уделяется время (3-5 минут) на консультирование по выполнению курсовой работы.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа <http://library.rsue.ru/> . Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.