

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Документ: 03.07.2024 20:47:15

Дата подписания: 03.07.2024 20:47:15

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Коммуникационный менеджмент**

Направление подготовки

39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность (профиль) программы бакалавриата

Социо-культурное и технологическое обеспечение работы с молодежью

Для набора 2022 года

Квалификация  
Бакалавр

**КАФЕДРА      Экономическая теория****Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Курс Вид занятий	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	125	125	125	125
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.п.н., доцент, Гвалдин А.Ю.

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

Методический совет: д.э.н., профессор Д.Д. Костоглодов

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Научить студентов теоретическому осмыслению и навыкам профессиональной работы в области коммуникационного менеджмента на основе современной теории коммуникационных процессов; сформировать навыки разработки кампаний и использования различных методов и инструментов по созданию управлению, защите корпоративной репутации в сфере бизнеса.
-----	---

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-4. Способен использовать инновационные организационные и управленческие технологии в работе с молодежью**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- инновационные организационные и управленческие технологии в работе с молодежью (соотнесено с индикатором ПК-4.1);

**Уметь:**

- использовать инновационные организационные и управленческие технологии в работе с молодежью (соотнесено с индикатором ПК-4.2);

**Владеть:**

- навыками использования инновационных организационных и управленческих технологий в работе с молодежью (соотнесено с индикатором ПК-4.3).

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	«Структура, цели и междисциплинарные связи «Коммуникационного менеджмента». Основные понятия в Коммуникационном менеджменте. Коммуникационный менеджмент: определение, предмет, задачи и функции.	Лекционные занятия	2	2	ПК-4
1.2	1. Соотношение понятий коммуникация и общение . 2. Современные средства деловой коммуникации.	Самостоятельная работа	2	24	ПК-4
1.3	« 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 с использованием Microsoft Office.	Практические занятия	2	2	ПК-4
1.4	Опыт использования коммуникативных технологий в формировании персональной репутации организатора работы с молодежью в России.	Самостоятельная работа	2	24	ПК-4
1.5	«Деловая коммуникация в организации» Типология коммуникаций в организации. Элементы и факторы формирования деловой коммуникации в организации и ее функции. Коммуникационные аудитории. Направления коммуникационного менеджмента. Firmenный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой коммуникация в организации. Факторы, влияющие на процесс создания и управления деловой коммуникацией в организации.	Практические занятия	2	2	ПК-4
1.6	1.Функции деловой коммуникация в организации. 2.Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой коммуникацией. 3.Жизненный цикл компании и особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий.	Самостоятельная работа	2	22	ПК-4

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

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	« Коммуникационная составляющая репутации». Планирование корпоративной коммуникации. Применение современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.	Лекционные занятия	2	2	ПК-4
2.2	1.Перспективы планирования корпоративной коммуникации. 2.Барьеры применения современных информационных технологий в	Самостоятельная работа	2	19	ПК-4

	коммуникационной деятельности				
2.3	«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.	Практические занятия	2	2	ПК-4
2.4	1.Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодежью. 2.Социально-ответственные коммуникационные молодежные проекты.	Самостоятельная работа	2	18	ПК-4
2.5	1.Структура оценки коммуникации в молодежных объединениях и организациях. 2. Социологические методы исследования и оценки деловой коммуникации молодежи рассмотреть с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	2	18	ПК-4
2.6	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	2	9	ПК-4

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1		Современный педагогический взгляд: всероссийский научно-методический журнал: журнал	Владивосток: Эксперт-Наука, 2019	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Звягинцева О. С., Кенина Д. С., Бабкина О. Н., Исаенко А. П.	Коммуникационный менеджмент: учебное пособие	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2019	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Кардинская, С. В.	Коммуникационный менеджмент: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019	ЭБС «IPR SMART»
4	Звягинцева, О. С., Кенина, Д. С., Бабкина, О. Н., Исаенко, А. П.	Коммуникационный менеджмент: учебное пособие	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2019	ЭБС «IPR SMART»
5	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник	Москва: Дашков и К°, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Емельянов С.М., Пряхина А.В.	Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью: Учебное пособие	Вологда: Инфра-Инженерия, 2024	ЭБС «Znanium»
7	Денисов А.Ф.	Деловые коммуникации: Монография	Чебоксары: ООО "Издательский дом "Среда", 2024	ЭБС «Znanium»

##### 5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Консультант +  
 Научная электронная библиотека - [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 "Университетская библиотека онлайн" - <http://biblioclub.ru/>

##### 5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС  
 LibreOffice

**5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

#### 1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
<b>ПК-4: Способен использовать инновационные организационные и управленческие технологии в работе с молодежью</b>			
<b>Знать:</b> - инновационные организационные и управленческие технологии в работе с молодежью	Воспроизводит основные понятия и категории, формы, методы и уровни инновационных и коммуникативных технологий в работе с молодежью.	Полнота, правильность, осознанность воспроизведения основных понятий и категорий, форм, методов и уровней инновационных и коммуникативных технологий социальной работы с молодежью.	Вопросы к экзамену (1-46), круглый стол (1-3), доклад (1-30), собеседование (1-32)
<b>Уметь:</b> - использовать инновационные организационные и управленческие технологии в работе с молодежью	Анализирует реальные ситуации организации коммуникационного процесса с молодежью, выявляет в них элементы технологий	Содержательность ответа; аналитичность; соответствие представленной в ответах информации заданной теме	Вопросы к экзамену (1-46), круглый стол (1-3), доклад (1-30), собеседование (1-32)
<b>Владеть:</b> - навыками использования инновационных организационных и управленческих технологий в работе с молодежью	Моделирует процесс организации коммуникаций среди молодежи с использованием различных инновационных приемов и методов	Наличие инновационных приемов и методов при моделировании организации коммуникаций среди молодежи; аргументированность позиции с опорой на цель поиска и отбора.	Вопросы к экзамену (1-46), круглый стол (1-3), доклад (1-30), собеседование (1-32)

#### 1.2 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»)

## **2 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**

### **Примерные 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 молодёжи

35. Представить пример использования коммуникативных технологий в формировании персональной репутации организатора работы с молодежью.
36. Собрать и систематизировать информацию о партнерах деловой коммуникации по молодежной проблематике.
37. Используя разные источники информации разработать мини-проект организации коммуникативного поведения в молодежном коллективе.
38. Используя разные источники информации мини-проект организации коммуникативного поведения в конкурсной команде.
39. Собрать и систематизировать информацию о социально- ответственных коммуникационных молодежных проектах.
40. Представьте модель процесса организации коммуникаций среди студенческой молодежи с использованием различных инновационных приемов и методов.
41. Представьте модель процесса организации коммуникаций среди старших школьников с использованием различных инновационных приемов и методов.
42. Представьте модель процесса организации коммуникаций в молодежной организации с использованием различных инновационных приемов и методов.
43. Представьте модель процесса организации коммуникаций среди трудящейся молодежи с использованием различных инновационных приемов и методов.
44. Представьте модель процесса организации коммуникаций среди разновозрастной молодежи с использованием различных инновационных приемов и методов.
45. Представьте модель процесса организации коммуникаций среди разновозрастной молодежи с использованием различных инновационных приемов и методов.
46. Корпоративная культура как элемент управления коммуникациями в организации.

#### **Критерии оценивания:**

-84-100 баллов (оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если оба вопроса раскрыты полно, логично, студент ответил на дополнительные вопросы, владеет содержанием материала.

-67-83 баллов (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 баллов (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 на дополнительные вопросы, отрывочно владеет содержанием материала.

-0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если студент не знает ответов на вопросы.

#### **Перечень тем для круглого стола**

1. Особенности коммуникаций молодежных организаций с органами власти.
2. Корпоративные коммуникации и традиции университета.
3. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных культур в коммуникационном менеджменте.

**Программа проведения и рекомендации по подготовке и проведению.**

Круглый стол может занимать всё практическое занятие или его часть (до 30-40 минут). Студентам заранее даётся тема, для обсуждения которой группе предлагается разделиться на две подгруппы: согласных и несогласных с утверждением. Каждый участник подгруппы ищет доказательства занятой позиции. В дальнейшем обсуждение строится таким образом, что чередуются выступления участников из каждой подгруппы. После всех выступлений, ребятам предлагается высказаться, чьи выступления из противоположной подгруппы были для них достаточно убедительными.

Критерии оценивания:

-10 баллов выставляется студенту, если он тщательно анализировал проблему, проявляя уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в обсуждение; при обсуждении воздерживался от личных нападок на своих оппонентов, спорил в дружественной манере; язык и жесты, используемые студентом отражали его уважение к другим; был честным и точным в полную меру своих познаний, представляя поддержку и информацию; никогда умышленно не искажал факты, примеры или мнения; внимательно слушал своих оппонентов и постарался сделать все, чтобы не исказить их слова во время дебатов.

-5-9 баллов выставляется студенту, если он в основном тщательно анализировал проблему, проявляя уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в обсуждение; при обсуждении воздерживался от личных нападок на своих оппонентов, в основном спорил в дружественной манере; язык и жесты, используемые студентом, в основном отражали его уважение к другим; был честным, но не всегда точным, представляя поддержку и информацию; никогда умышленно не искажал факты, примеры или мнения; не всегда внимательно слушал своих оппонентов и постарался не исказить их слова во время дебатов.

-1-4 балла выставляется студенту, если он недостаточно тщательно анализировал проблему, не всегда проявлял уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в обсуждение; при обсуждении допускал личные нападки на оппонентов, в основном спорил в дружественной манере, но часто язык и жесты, используемые студентом, не отражали его уважение к другим; был не точным, представляя поддержку и информацию; иногда умышленно искажал факты, примеры или мнения; не всегда внимательно слушал своих оппонентов иногда искажал их слова во время дебатов.

-0 баллов выставляется студенту, если он не анализировал проблему, не проявлял уважение и терпимость к точкам зрения оппонентов, принимая различия, которые существуют между людьми, вовлеченными в дебаты; при обсуждении допускал личные нападки на оппонентов, спорил в недружественной манере, язык и жесты, используемые студентом, его неуважение к другим; умышленно искажал факты, примеры или мнения; не внимательно слушал своих оппонентов и искажал их слова во время дебатов или, если студент был пассивен во время дебатов.

Максимальное количество баллов: 30

3 темы x10=30

### Примерные темы докладов

1. Соотношение понятий коммуникация и общение.
2. Современные информационные средства деловой коммуникации.
3. Опыт использования информационно-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.
8. Традиции как основа корпоративной коммуникации.
9. Перспективы планирования корпоративной коммуникации.
10. Барьеры применения современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
11. Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодёжью.
12. Социально-ответственные коммуникационные молодёжные проекты.
13. Структура оценки коммуникации в молодёжных объединениях и организациях.
14. Социологические методы исследования и оценки деловой коммуникации молодёжи.
15. Управление он - лайн коммуникациями.
16. Виды контента организации в социальных сетях.
17. Управление контентом в официальных сообществах компании.
18. Контент-план для наполнения социальных сетей организации.
19. Коммуникационные мероприятия для продвижения бренда.
20. Бренд и фирменный стиль молодежной организации.
21. Выбор амбассадоров бренда и организация работы с ними.
22. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
23. Многонациональные коллективы: этнопсихологические особенности коммуникационного менеджмента.
24. Роль коммуникативной компетентности в деятельности руководителя.
25. Способы и методы повышения коммуникативной компетентности в деятельности руководителя.

26. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации.

27. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации.

28. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

29. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов.

30. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран.

### **Критерии оценивания:**

-5 баллов 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.

-4-3 баллов 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.

-2-1 балла 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 баллов выставляется обучающемуся, если выбранная тема не раскрыта, если работа не выполнена.

Максимальное количество баллов:25

5 доклада x 5 = 25

### **Примерные вопросы для собеседования**

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. Планирование корпоративной коммуникации.
19. Применение современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
20. Перспективы планирования корпоративной коммуникации.
21. Барьеры применения современных информационных технологий в коммуникационной деятельности.
22. PR- технологии формирования деловой коммуникации.
23. Реклама как технология формирования деловой коммуникации.
24. Социальные технологии коммуникационного менеджмента.
25. Направления социальных программ.
26. Приоритетные направления коммуникационных технологий.
27. Партнеры деловой коммуникации.
28. Антикризисный коммуникационный менеджмент.
29. Социально-коммуникативные технологии менеджмента организации работы с молодежью.
30. Социально-ответственные коммуникационные молодежные проекты
31. Структура оценки коммуникации.
32. Применение статистических и социологических методов для исследования и оценки коммуникационных параметров.

### **Критерии оценивания:**

-5 баллов выставляется обучающемуся, если вопрос раскрыт полно, логично, студент ответил на дополнительные вопросы, владеет содержанием материала.

-2-4 балла выставляется обучающемуся, если вопрос раскрыт 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.

-1 балл выставляется обучающемуся, если вопрос раскрыт схематично, но логично, студент не ответил на дополнительные вопросы, отрывочно владеет содержанием материала.

-0 баллов выставляется обучающемуся, если студент не знает ответа на вопрос или отвечает отрывочно.

Максимальное количество баллов:45

9 x 5=45

### **3 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. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме экзамена.

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебным планом по направлению подготовки предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

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

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки анализа психологии личности и группы, работы в коллективе, команде.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

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 собеседования, проведения круглых столов. 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, круглые столы.

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.