

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 06.12.2024 15:28:44

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

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Коммуникационный менеджмент**

Направление 38.03.03 Управление персоналом  
Направленность 38.03.03.02 "Кадровый консалтинг и бизнес-коучинг"

Для набора 2024 года

Квалификация  
Бакалавр

**КАФЕДРА      Финансовый и HR менеджмент****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

**ОСНОВАНИЕ**

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

Программу составил(и): к.с.н., доцент, Руденко А.Н.

Зав. кафедрой: д.э.н., доц. Усенко А.М.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью дисциплины "Коммуникационный менеджмент" является освоение обучающимися навыков построения коммуникаций, раскрытие позитивных и негативных аспектов управления коммуникациями, формирование необходимых социальных и личностных навыков, а также развитие умений организовывать эффективные коммуникации как внутри организации, так и с внешней средой.
-----	--

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-3:** Способен анализировать и определять потребности в обучении групп персонала в соответствии с целями организации, разрабатывать планы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, учебные планы и программы, анализировать рынок образовательных услуг и готовить предложения по поставщикам услуг, организовывать обучающие мероприятия и производить оценку эффективности обучения персонала

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

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
- сущность коммуникации, роль менеджера по коммуникациям, этапы коммуникационного процесса, принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии (соотнесено с индикатором УК-4.1) - основы обучения процессу формирования внутренних и внешних коммуникационных систем. (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
<b>Уметь:</b>
- разрабатывать коммуникационную политику компании (соотнесено с индикатором УК-4.2) - планировать и разрабатывать в целях обучения стратегический план коммуникаций компании (соотнесено с индикатором ПК-3.2)
<b>Владеть:</b>
- научными принципами и методами коммуникационного менеджмента, (соотнесено с индикатором УК-4.3) - навыком обучать организацию коммуникационным связям с прессой и другими СМИ (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Коммуникационный менеджмент как предмет изучения Определение и сущность коммуникационного менеджмента как научной дисциплины Цели и задачи коммуникационного менеджмента Взаимосвязь коммуникационного менеджмента с другими дисциплинами (менеджмент, маркетинг, связи с общественностью и др.) / Лек /	7	2	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.2	Коммуникационный менеджмент как предмет изучения Определение и сущность коммуникационного менеджмента как научной дисциплины Цели и задачи коммуникационного менеджмента Взаимосвязь коммуникационного менеджмента с другими дисциплинами (менеджмент, маркетинг, связи с общественностью и др.) / Ср /	7	4	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.3	Коммуникация как процесс Модели коммуникации (линейная, циркулярная, интерактивная) Элементы коммуникационного процесса (отправитель, получатель, канал, сообщение, обратная связь) Коммуникационные барьеры и способы их преодоления / Лек /	7	2	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.4	Коммуникация как процесс Модели коммуникации (линейная, циркулярная, интерактивная) Элементы коммуникационного процесса (отправитель, получатель, канал, сообщение, обратная связь) Коммуникационные барьеры и способы их преодоления / Ср /	7	4	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

1.5	Антикризисные коммуникации Понятие и сущность антикризисных коммуникаций Управление коммуникациями в кризисных ситуациях Разработка и реализация антикризисных коммуникационных стратегий / Лек /	7	2	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.6	Антикризисные коммуникации Понятие и сущность антикризисных коммуникаций Управление коммуникациями в кризисных ситуациях Разработка и реализация антикризисных коммуникационных стратегий / Ср /	7	4	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.7	Кросс-культурные коммуникации в бизнесе Особенности межкультурной коммуникации в деловой среде Влияние культурных различий на эффективность бизнес-коммуникаций Методы адаптации коммуникационных стратегий к кросс-культурным условиям / Ср /	7	4	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.8	Кросс-культурные коммуникации в бизнесе Особенности межкультурной коммуникации в деловой среде Влияние культурных различий на эффективность бизнес-коммуникаций Методы адаптации коммуникационных стратегий к кросс-культурным условиям / Пр /	7	2	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

## Раздел 2. Практические аспекты коммуникационного менеджмента

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Ситуационная модель управления коммуникациями Сущность ситуационной модели управления коммуникациями Факторы, влияющие на выбор коммуникационной стратегии в зависимости от ситуации Методы анализа коммуникационной ситуации и принятия решений / Ср /	7	4	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.2	Ситуационная модель управления коммуникациями Сущность ситуационной модели управления коммуникациями Факторы, влияющие на выбор коммуникационной стратегии в зависимости от ситуации Методы анализа коммуникационной ситуации и принятия решений / Пр /	7	2	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.3	Сфера деятельности и направления коммуникационного менеджмента Основные сферы применения коммуникационного менеджмента (бизнес, государственное управление, некоммерческие организации и др.) Ключевые направления коммуникационного менеджмента (связи с общественностью, реклама, лоббизм, спонсорство и др.) Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике организации / Ср /	7	4	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.4	Сфера деятельности и направления коммуникационного менеджмента Основные сферы применения коммуникационного менеджмента (бизнес, государственное управление, некоммерческие организации и др.) Ключевые направления коммуникационного менеджмента (связи с общественностью, реклама, лоббизм, спонсорство и др.) Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике организации / Пр /	7	2	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.5	Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью Взаимосвязь и различия между коммуникационным	7	6	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

	менеджментом и связями с общественностью Использование PR-инструментов в коммуникационном менеджменте Роль коммуникационного менеджмента в управлении репутацией и имиджем организации / Ср /				
2.6	Методы манипулирования общественным мнением  Понятие и сущность манипулирования общественным мнением Основные методы и технологии манипулирования (пропаганда, скрытая реклама, информационные вбросы и др.) Этические аспекты использования методов манипулирования в коммуникационном менеджменте / Ср /	7	6	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.7	Подготовка докладов с помощью Libreoffice / Ср /	7	56	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.8	/ Зачёт /	7	4	ПК-3, УК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

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

##### 5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Генералова, С. В.	Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров: практикум	Саратов: Вузовское образование, 2020	<a href="https://www.iprbookshop.ru/97408.html">https://www.iprbookshop.ru/97408.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Короткий, С. В.	Деловые коммуникации: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2019	<a href="https://www.iprbookshop.ru/80614.html">https://www.iprbookshop.ru/80614.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Борисова Е. А.	Эффективные коммуникации в бизнесе	М.: Питер, 2005	30
Л2.2		Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация	, 1946	<a href="https://www.iprbookshop.ru/57188.html">https://www.iprbookshop.ru/57188.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3		Исследуя внутренние коммуникации: голос информированного сотрудника: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2022	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699534">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699534</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Разумовская В. А., Валькова Ю. Е.	Профессиональная коммуникация для студентов, изучающих экономику и менеджмент: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2021	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=706517">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=706517</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант"<http://www.internet.garant.ru/>

**5.4. Перечень программного обеспечения**

Операционная система РЕД ОС  
Libreoffice

**5.5. Учебно-методические материалы для студентов 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
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			
З - сущность коммуникации, роль менеджера по коммуникациям, этапы коммуникационного процесса, принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	Решение тестовых заданий, формирование текста доклада	Правильность выбранных ответов, соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность текста доклада	Т – тест (1-20) П- доклад (1-24) З - вопросы к зачету (1-32)
У - разрабатывать коммуникационную политику компании	Поиск необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов для формирования докладов	умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	П- доклад (1-24)
В - научными принципами и методами коммуникационного менеджмента,	Объем выполненных работ, соответствие докладов указанным требованиям	Уровень овладения навыком подготовки и защиты докладов	П- доклад (1-24)

ПК-3: Способен анализировать и определять потребности в обучении групп персонала в соответствии с целями организации, разрабатывать планы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, учебные планы и программы, анализировать рынок образовательных услуг и готовить предложения по поставщикам услуг, организовывать обучающие мероприятия и производить оценку эффективности обучения персонала			
З - основы обучения процессу формирования внутренних и внешних коммуникационных систем.	Решение тестовых заданий, формирование текста доклада	Правильность выбранных ответов, соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность текста доклада	Т – тест (1-20) П- доклад (1-24) З - вопросы к зачету (1-32)
У -- планировать и разрабатывать в целях обучения стратегический план коммуникаций компании	Поиск необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов для формирования докладов	умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	П- доклад (1-24)
В - навыком обучать организацию коммуникационным связям с прессой и другими СМИ.	Объем выполненных работ, соответствие докладов указанным требованиям	Уровень овладения навыком подготовки и защиты докладов	П- доклад (1-24)

## 1.2 Шкалы оценивания:

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

50-100 баллов (зачтено)

0-49 баллов (незачтено)



## 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

### Вопросы к зачету

1. Определение и сущность коммуникационного менеджмента как научной дисциплины
2. Цели и задачи коммуникационного менеджмента
3. Взаимосвязь коммуникационного менеджмента с другими дисциплинами
4. Модели коммуникации (линейная, циркулярная, интерактивная)
5. Элементы коммуникационного процесса (отправитель, получатель, канал, сообщение, обратная связь)
6. Коммуникационные барьеры и способы их преодоления
7. Понятие и сущность антикризисных коммуникаций
8. Управление коммуникациями в кризисных ситуациях
9. Разработка и реализация антикризисных коммуникационных стратегий
10. Особенности межкультурной коммуникации в деловой среде
11. Влияние культурных различий на эффективность бизнес- коммуникаций
12. Методы адаптации коммуникационных стратегий к кросс- культурным условиям
13. Сущность коммуникации и роль менеджера по коммуникациям
14. Этапы коммуникационного процесса обмена информацией
15. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте
16. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии
17. Специфика формирования внутренних и внешних коммуникационных систем
18. Кризис как этап развития организации. Типология кризисов. Виды экономических кризисов
19. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях
20. Культура как система и методы ее изучения. Поведенческие различия в бизнес- культурах
21. Сущность ситуационной модели управления коммуникациями
22. Факторы, влияющие на выбор коммуникационной стратегии в зависимости от ситуации
23. Методы анализа коммуникационной ситуации и принятия решений
24. Основные сферы применения коммуникационного менеджмента (бизнес, государственное управление, некоммерческие организации и др.)
25. Ключевые направления коммуникационного менеджмента (связи с общественностью, реклама, лоббизм, спонсорство и др.)
26. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике организации
27. Взаимосвязь и различия между коммуникационным менеджментом и связями с общественностью
28. Использование PR-инструментов в коммуникационном менеджменте
29. Роль коммуникационного менеджмента в управлении репутацией и имиджем организации
30. Понятие и сущность манипулирования общественным мнением
31. Основные методы и технологии манипулирования (пропаганда, скрытая реклама, информационные вбросы и др.)
32. Этические аспекты использования методов манипулирования в коммуникационном менеджменте

Критерии оценивания:

- Зачет (50-100 баллов) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- Незачет (0-49 баллов) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

### **Темы докладов**

#### Коммуникационный менеджмент как предмет изучения

1. Определение и сущность коммуникационного менеджмента как научной дисциплины
2. Цели и задачи коммуникационного менеджмента
3. Взаимосвязь коммуникационного менеджмента с другими дисциплинами (менеджмент, маркетинг, связи с общественностью и др.)

#### Коммуникация как процесс

4. Модели коммуникации (линейная, циркулярная, интерактивная)
5. Элементы коммуникационного процесса (отправитель, получатель, канал, сообщение, обратная связь)
6. Коммуникационные барьеры и способы их преодоления

#### Антикризисные коммуникации

7. Понятие и сущность антикризисных коммуникаций
8. Управление коммуникациями в кризисных ситуациях
9. Разработка и реализация антикризисных коммуникационных стратегий

#### Кросс-культурные коммуникации в бизнесе

10. Особенности межкультурной коммуникации в деловой среде
11. Влияние культурных различий на эффективность бизнес-коммуникаций
12. Методы адаптации коммуникационных стратегий к кросс-культурным условиям

#### Ситуационная модель управления коммуникациями

13. Сущность ситуационной модели управления коммуникациями
14. Факторы, влияющие на выбор коммуникационной стратегии в зависимости от ситуации
15. Методы анализа коммуникационной ситуации и принятия решений

#### Сфера деятельности и направления коммуникационного менеджмента

16. Основные сферы применения коммуникационного менеджмента (бизнес, государственное управление, некоммерческие организации и др.)
  17. Ключевые направления коммуникационного менеджмента (связи с общественностью, реклама, лоббизм, спонсорство и др.)
  18. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике организации
- Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью

19. Взаимосвязь и различия между коммуникационным менеджментом и связями с общественностью
20. Использование PR-инструментов в коммуникационном менеджменте
21. Роль коммуникационного менеджмента в управлении репутацией и имиджем организации

#### Методы манипулирования общественным мнением

22. Понятие и сущность манипулирования общественным мнением
23. Основные методы и технологии манипулирования (пропаганда, скрытая реклама, информационные вбросы и др.)
24. Этические аспекты использования методов манипулирования в коммуникационном менеджменте

#### 2. Инструкция по выполнению

Раскрыть все вопросы темы по плану, используя визуализацию

#### 3. Критерии оценки:

Максимальное количество баллов – 80 (за 8 докладов).

Один доклад оценивается следующим образом:

- оценка «10 баллов» выставляется студенту, если вопрос раскрыт в полной мере
- оценка «8 баллов», если раскрыто 80% информации
- оценка «5 баллов», если раскрыта половина
- оценка «0 баллов», если раскрыто менее половины вопроса.
- 

### Тесты

1. Что является основной целью коммуникационного менеджмента?
  - A. Увеличение прибыли компании
  - B. Повышение эффективности внутренних коммуникаций
  - C. Улучшение имиджа компании
  - D. Все вышеперечисленное
2. Какой из перечисленных элементов не входит в модель коммуникационного процесса?
  - A. Отправитель
  - B. Канал
  - C. Получатель
  - D. Обратная связь
3. Какой тип коммуникации предполагает двустороннее общение между участниками?
  - A. Вертикальная коммуникация
  - B. Горизонтальная коммуникация
  - C. Диагональная коммуникация
  - D. Интерактивная коммуникация
4. Что является основной функцией внутренних коммуникаций в организации?
  - A. Информирование сотрудников
  - B. Мотивация персонала
  - C. Координация деятельности
  - D. Все вышеперечисленное
5. Какой из перечисленных инструментов относится к внутренним коммуникациям?
  - A. Реклама
  - B. Связи с общественностью

- C. Корпоративные мероприятия
  - D. Прямой маркетинг
6. Что такое "шум" в коммуникационном процессе?
- A. Помехи, искажающие передачу информации
  - B. Обратная связь от получателя
  - C. Невербальные сигналы отправителя
  - D. Эмоциональная реакция получателя
7. Какой из перечисленных факторов влияет на эффективность коммуникаций?
- A. Личные качества коммуникаторов
  - B. Организационная культура
  - C. Технические средства коммуникации
  - D. Все вышеперечисленное
8. Что такое "коммуникационный аудит"?
- A. Оценка эффективности коммуникационной деятельности организации
  - B. Разработка коммуникационной стратегии
  - C. Анализ внешней коммуникационной среды
  - D. Обучение персонала навыкам эффективной коммуникации
9. Какой из перечисленных методов используется для оценки эффективности внутренних коммуникаций?
- A. Опрос сотрудников
  - B. Анализ финансовых показателей
  - C. Наблюдение за поведением клиентов
  - D. Изучение конкурентов
10. Что такое "коммуникационный менеджмент"?
- A. Управление внешними коммуникациями организации
  - B. Управление внутренними коммуникациями организации
  - C. Управление всеми коммуникационными процессами в организации
  - D. Управление информационными потоками в организации
11. Какой из перечисленных принципов лежит в основе эффективных коммуникаций?
- A. Однонаправленность
  - B. Формализованность
  - C. Избыточность
  - D. Своевременность
12. Что такое "коммуникационная стратегия"?
- A. Набор инструментов для достижения коммуникационных целей
  - B. Долгосрочный план развития коммуникационной деятельности
  - C. Система внутренних коммуникаций в организации
  - D. Совокупность внешних коммуникаций организации
13. Какой из перечисленных факторов влияет на выбор коммуникационных каналов?
- A. Целевая аудитория
  - B. Бюджет коммуникационной деятельности
  - C. Специфика организации
  - D. Все вышеперечисленное
14. Что такое "коммуникационный микс"?
- A. Совокупность внутренних и внешних коммуникаций организации
  - B. Набор коммуникационных инструментов для достижения целей
  - C. Система управления коммуникационными процессами
  - D. Анализ эффективности коммуникационной деятельности
15. Какой из перечисленных инструментов относится к внешним коммуникациям?
- A. Корпоративные мероприятия
  - B. Внутренние СМИ

- С. Рекрутинг персонала  
D. Реклама
16. Что такое "корпоративная культура"?
- A. Система ценностей, норм и правил, принятых в организации  
B. Совокупность внешних коммуникаций организации  
C. Набор инструментов для управления внутренними коммуникациями  
D. Стратегия развития коммуникационной деятельности
17. Какой из перечисленных факторов влияет на выбор коммуникационной стратегии?
- A. Цели организации  
B. Особенности целевой аудитории  
C. Ресурсы, доступные для коммуникационной деятельности  
D. Все вышеперечисленное
18. Что такое "кризисные коммуникации"?
- A. Коммуникации, направленные на предотвращение кризисных ситуаций  
B. Коммуникации, используемые в период кризисных ситуаций  
C. Коммуникации, направленные на восстановление репутации после кризиса  
D. Все вышеперечисленное
19. Какой из перечисленных инструментов используется для оценки эффективности внешних коммуникаций?
- A. Анализ финансовых показателей  
B. Опрос сотрудников  
C. Мониторинг СМИ  
D. Наблюдение за поведением клиентов
20. Что такое "коммуникационный аудит"?
- A. Оценка эффективности коммуникационной деятельности организации  
B. Разработка коммуникационной стратегии  
C. Анализ внешней коммуникационной среды  
D. Обучение персонала навыкам эффективной коммуникации

## **2. Инструкция по выполнению**

Из предложенных вариантов выбрать один правильный.

## **3. Критерии оценки:**

Максимальное количество баллов –20.

За каждый правильный ответ начисляется 1 балл.

## **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 зачета. Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в зачетном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. 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 предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются коммуникационный менеджмент как предмет изучения, коммуникация как процесс, антикризисные коммуникации, кросс-культурные коммуникации в бизнесе, ситуационная модель управления коммуникациями, сфера деятельности и направления коммуникационного менеджмента, коммуникационный менеджмент и связи с общественностью, 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 овладения научными принципами и методами коммуникационного менеджмента, навыки обучать организацию коммуникационным связям с прессой и другими СМИ.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

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

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 тестирования. 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.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.