

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Декан

Дата подписания: 15.09.2025 20:52:53

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

«20» мая 2025 г.

**Рабочая программа дисциплины
Коммуникационный менеджмент**

Направление подготовки
38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) программы бакалавриата
38.03.03.02 Кадровый консалтинг и бизнес-коучинг

Для набора 2025 года

Квалификация
Бакалавр

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	60	60	60	60
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

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

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

Методический совет: д.э.н., доцент М.А. Суржиков

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

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- 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)

Уметь:

- 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)

Владеть:

- 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, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
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.)	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3
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.)	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3
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	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3
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	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3
1.5	Антикризисные коммуникации	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3

	Понятие и сущность антикризисных коммуникаций Управление коммуникациями в кризисных ситуациях Разработка и реализация антикризисных коммуникационных стратегий				
1.6	Антикризисные коммуникации Понятие и сущность антикризисных коммуникаций Управление коммуникациями в кризисных ситуациях Разработка и реализация антикризисных коммуникационных стратегий	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3
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	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3
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	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3
Раздел 2. Практические аспекты коммуникационного менеджмента					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
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	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3
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	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3
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	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3
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	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3
2.5	Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью Взаимосвязь и различия между коммуникационным менеджментом и связями с общественностью Использование PR-инструментов в коммуникационном менеджменте Роль коммуникационного менеджмента в управлении репутацией и имиджем организации	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3
2.6	Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью Взаимосвязь и различия между коммуникационным менеджментом и связями с общественностью Использование PR-инструментов в коммуникационном менеджменте	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3

	Роль коммуникационного менеджмента в управлении репутацией и имиджем организации				
2.7	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	Лекционные занятия	7	2	УК-4 ПК-3
2.8	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	Практические занятия	7	4	УК-4 ПК-3
2.9	Подготовка докладов с помощью Libreoffice	Самостоятельная работа	7	60	УК-4 ПК-3
2.10	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	7	0	УК-4 ПК-3

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	Борисова Е. А.	Эффективные коммуникации в бизнесе	М.: Питер, 2005	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 30 экз.
2		Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация	, 1946	ЭБС «IPR SMART»
3	Генералова, С. В.	Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров: практикум	Саратов: Вузовское образование, 2020	ЭБС «IPR SMART»
4	Короткий, С. В.	Деловые коммуникации: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2019	ЭБС «IPR SMART»
5		Исследуя внутренние коммуникации: голос информированного сотрудника: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Разумовская В. А., Валькова Ю. Е.	Профессиональная коммуникация для студентов, изучающих экономику и менеджмент: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2021	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант" <http://www.internet.garant.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);

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- 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	Вопросы к зачету (1-32), темы докладов (1-24), тесты (1-20)
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;	Вопросы к зачету (1-32), темы докладов (1-24), тесты (1-20)
В - научными принципами и методами коммуникационного менеджмента,	Объем выполненных работ, соответствие докладов указанным требованиям	Уровень овладения навыком подготовки и защиты докладов	Вопросы к зачету (1-32), темы докладов (1-24), тесты (1-20)

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	Вопросы к зачету (1-32), темы докладов (1-24), тесты (1-20)
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;	Вопросы к зачету (1-32), темы докладов (1-24), тесты (1-20)
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	Вопросы к зачету (1-32), темы докладов (1-24), тесты (1-20)

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 (не зачтено)

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:

- зачтено (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;
- не зачтено (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 оценивания:

Максимальное количество баллов – 80 (за 8 докладов).

Один доклад оценивается следующим образом:

- «9-10 баллов» выставляется студенту, если вопрос раскрыт в полной мере
- «6-8 баллов», если раскрыто 80% информации
- «1-5 баллов», если раскрыта половина
- «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 оценивания:

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 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.

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.