




МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
(ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова)

Кафедра менеджмента и государственного управления

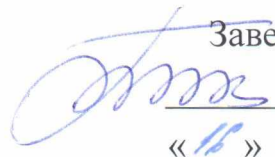
СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП


А.Р. Ваниева
«16» 03 20 22 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой


М.Н. Стефаненко
«16» 03 20 22 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.18 «Коммуникационный менеджмент»

направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент (гостиничный, курортный и туристический
бизнес)»

факультет экономики, менеджмента и информационных технологий

Симферополь, 2022

Рабочая программа дисциплины Б1.В.18 «Коммуникационный менеджмент» для бакалавров направления подготовки 38.03.02 Менеджмент. Профиль «Менеджмент (гостиничный, курортный и туристический бизнес)» составлена на основании ФГОС ВО, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970.

Составитель

рабочей программы


подпись

Э.М. Абдулхайрова, доц.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и государственного управления

от 24.02. 2022 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой

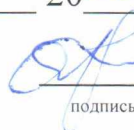

подпись

М.Н. Стефаненко

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании УМК факультета экономики, менеджмента и информационных технологий

от 16.03. 2022 г., протокол № 4

Председатель УМК


подпись

К.М. Османов

1.Рабочая программа дисциплины Б1.В.18 «Коммуникационный менеджмент» для бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки «Менеджмент (гостиничный, курортный и туристический бизнес)».

2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Цель и задачи изучения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля):

– формирование компетенций и целостного представления о сущности коммуникативного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий, методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

Учебные задачи дисциплины (модуля):

- разъяснить основные актуальные проблемы коммуникаций и определить роль коммуникационного менеджмента в мировом сообществе;
- определить специфику и корпоративную идентичность, ознакомить с различными направлениями коммуникационной политики организации, выявить институциональные основы управления коммуникациями, определить актуальные проблемы коммуникаций;
- рассмотреть комплекс коммуникаций в системе маркетинга; специфику информационного обеспечения коммуникационного менеджмента.

2.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины Б1.В.18 «Коммуникационный менеджмент» направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПК-4 - Способен анализировать, обосновывать и осуществлять выбор управленческого решения

В результате изучения дисциплины студент должен:

- принципы и закономерности процессов коммуникации в коллективе (УК-3.1);
- особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа (УК-3.2);
- основы и принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-4.1).

Уметь:

- самостоятельно выделить основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями (УК-3.3);
- выполнять задачи внутренних и внешних коммуникаций (УК-3.4);
- управлять коммуникативным процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций (ПК-4.1);

Владеть:

- навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента (УК-3.1);
- навыками управления коммуникационными процессами (УК-3.3);
- методами налаживания эффективных внутренних и внешних коммуникаций в сфере деловых отношений (ПК-4.1).

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина Б1.В.18 «Коммуникационный менеджмент» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

4. Объем дисциплины (модуля)

(в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся)

Семестр	Общее кол-во часов	кол-во зач. единиц	Контактные часы						СР	Контроль (время на контроль)
			Всего	лек	лаб. зан.	прак. т.зан.	сем. зан.	ИЗ		
6	108	3	52	24		28			56	За
Итого по ОФО	108	3	52	24		28			56	

5. Содержание дисциплины (модуля) (структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий)

Наименование тем (разделов, модулей)	Количество часов														Форма текущего контроля
	очная форма							заочная форма							
	Всего	в том числе						Всего	в том числе						
		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Тема															

Теоретические аспекты коммуникативного менеджмента	12	2		2			8									устный опрос; доклад
Коммуникативный менеджмент как процесс	16	4		4			8									устный опрос; доклад
Механизмы управления коммуникациями	16	4		4			8									устный опрос; доклад
Эффективность управления коммуникациями	14	2		4			8									устный опрос; доклад
Особенности управления информационными потоками	16	4		4			8									доклад; устный опрос
Интегрированные коммуникации в социальных сетях	18	4		6			8									устный опрос; доклад
Интегрированные коммуникации на рынке М&А	16	4		4			8									устный опрос; доклад; контрольная работа
Всего часов за 6 семестр	108	24		28			56									
Форма промеж. контроля	Зачет															
Всего часов дисциплине	108	24		28			56									
часов на контроль																

5. 1. Тематический план лекций

№ лекц	Тема занятия и вопросы лекции	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	Теоретические аспекты коммуникативного менеджмента <i>Основные вопросы:</i> Предмет и содержание коммуникативного менеджмента	Акт.	2	

	<p>Организационные отношения в коммуникативном менеджменте. Коммуникативная политика организаций.</p>			
2.	<p>Коммуникативный менеджмент как процесс</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Технологии коммуникативного менеджмента Коммуникативные каналы в деловом общении Деловая коммуникативная деятельность и общение</p>	Акт.	4	
3.	<p>Механизмы управления коммуникациями</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Коммуникативный менеджмент и внешняя среда организации. Коммуникативный менеджмент в разных сферах социальной жизни Коммуникативный менеджмент в сфере политической и социальной жизни</p>	Акт.	4	
4.	<p>Эффективность управления коммуникациями</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Понятие коммуникационной сети. Коммуникационные каналы. Коммуникативное пространство в организации. Коммуникационный стиль. Стиль и ориентация руководства Коммуникационные проблемы и коммуникационные потребности организации.</p>	Акт.	2	
5.	<p>Особенности управления информационными потоками</p> <p><i>Основные вопросы:</i> PR и коммуникативный менеджмент Коммуникативный менеджмент и внутренняя среда организации</p>	Акт.	4	
6.	<p>Интегрированные коммуникации в социальных сетях</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p>	Акт.	4	

	<p>Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве</p> <p>Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете</p> <p>Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве</p> <p>Стоимостные и качественные характеристики медиаплана офлайн- и онлайн-СМИ</p> <p>Коммуникативные стратегии российских медиахолдингов: контент и аудитория</p>			
7.	<p>Интегрированные коммуникации на рынке М&А</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&А</p> <p>Этапы консолидации рынка М&А: международный опыт и российская практика</p>	Акт.	4	
	Итого		24	0

5. 2. Темы практических занятий

№ занятия	Наименование практического занятия	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	<p>Теоретические аспекты коммуникативного менеджмента</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Предмет и содержание коммуникативного менеджмента</p> <p>Организационные отношения в коммуникативном менеджменте.</p> <p>Коммуникативная политика организаций.</p>	Акт.	2	
2.	<p>Коммуникативный менеджмент как процесс</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Технологии коммуникативного менеджмента</p> <p>Коммуникативные каналы в деловом общении</p>	Акт.	4	

	Деловая коммуникативная деятельность и общение			
3.	<p>Механизмы управления коммуникациями</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Коммуникативный менеджмент и внешняя среда организации.</p> <p>Коммуникативный менеджмент в разных сферах социальной жизни</p> <p>Коммуникативный менеджмент в сфере политической и социальной жизни</p>	Акт.	4	
4.	<p>Эффективность управления коммуникациями</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Понятие коммуникационной сети.</p> <p>Коммуникационные каналы.</p> <p>Коммуникативное пространство в организации.</p> <p>Коммуникационный стиль. Стиль и ориентация руководства</p> <p>Коммуникационные проблемы и коммуникационные потребности организации.</p>	Акт.	4	
5.	<p>Особенности управления информационными потоками</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>PR и коммуникативный менеджмент</p> <p>Коммуникативный менеджмент и внутренняя среда организации</p>	Акт.	4	
6.	<p>Интегрированные коммуникации в социальных сетях</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве</p> <p>Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете</p> <p>Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве</p> <p>Стоимостные и качественные характеристики медиаплана офлайн- и онлайн-СМИ</p>	Акт.	6	
7.	<p>Интегрированные коммуникации на рынке М&А</p>	Акт.	4	

	<p><i>Основные вопросы:</i> Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&А Этапы консолидации рынка М&А: международный опыт и российская практика</p>			
	Итого			

5. 3. Темы семинарских занятий

(не предусмотрены учебным планом)

5. 4. Перечень лабораторных работ

(не предусмотрено учебным планом)

5. 5. Темы индивидуальных занятий

(не предусмотрено учебным планом)

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа по данной дисциплине включает такие формы работы как: работа с базовым конспектом; подготовка к устному опросу; подготовка к контрольной работе; подготовка доклада; подготовка к зачету.

6.1. Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю)

№	Наименование тем и вопросы, выносимые на самостоятельную работу	Форма СР	Кол-во часов	
			ОФО	ЗФО
1	Теоретические аспекты коммуникативного менеджмента Основные вопросы: Понятие и цели коммуникации . Какие преграды существуют в управлении коммуникациями в организации? Функции коммуникации.	подготовка к устному опросу; подготовка к контрольной работе;	8	
2	Коммуникативный менеджмент как процесс Основные вопросы: Коммуникационный менеджмент как процесс. Система качества Э.Деминга. Аксиомы и принципы. Роль обратной связи в процессе коммуникации	подготовка к устному опросу; подготовка к контрольной работе	8	

3	<p>Механизмы управления коммуникациями</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>Функции корпоративной культуры. Понятие коммуникативной ситуации.</p> <p>Место и роль корпоративной культуры в организации. Двухступенчатый характер коммуникации, концепция функции усиления.</p> <p>Определение и уровни корпоративной культуры. Основные принципы управления коммуникациями.</p>	<p>подготовка к устному опросу;</p> <p>подготовка к контрольной работе</p>	8	
4	<p>Эффективность управления коммуникациями</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>Субкультуры в организации. Определение и структура организации. Элементы, составляющие корпоративную культуру.</p> <p>Организация, типы организации. Роль коммуникационного менеджмента в организации (внешний, внутренний). Что такое лоббирование. В чём особенности российской практики лоббирования.</p> <p>Соотношение понятий «спонсорство» и «меценатство». Типы управленческой информации. Технология «спиндоктор» в коммуникативном процессе.</p> <p>Понятие лоббизма. Цели и задачи лоббистов. Содержание работы лоббистов. Основные методы лоббирования. Информационный менеджмент. Мотивация персонала организации.</p>	<p>подготовка к устному опросу;</p> <p>подготовка к контрольной работе</p>	8	
5	<p>Особенности управления информационными потоками</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>PR и коммуникативный менеджмент</p> <p>Коммуникативный менеджмент и внутренняя среда организации</p>	<p>подготовка к устному опросу;</p> <p>подготовка к контрольной работе;</p> <p>подготовка доклада</p>	8	
6	<p>Интегрированные коммуникации в социальных сетях</p> <p>Основные вопросы:</p>	<p>подготовка к устному опросу;</p> <p>подготовка к ..</p>	8	

	Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве	контрольной работе; подготовка доклада		
7	Интегрированные коммуникации на рынке М&А Основные вопросы: Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&А Этапы консолидации рынка М&А: международный опыт и российская практика	подготовка доклада; подготовка к устному опросу; подготовка к контрольной работе	8	
	Итого		56	

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дескрипторы	Компетенции	Оценочные средства
УК-3		
Знать	принципы и закономерности процессов коммуникации в коллективе (УК-3.1); особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа (УК-3.2)	устный опрос; доклад
Уметь	самостоятельно выделить основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями (УК-3.3); выполнять задачи внутренних и внешних коммуникаций (УК-3.4)	контрольная работа
Владеть	навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента (УК-3.1); навыками управления коммуникационными процессами (УК-3.3)	зачет
ПК-4		

Знать	основы и принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-4.1).	устный опрос; доклад
Уметь	управлять коммуникативным процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций (ПК-4.1)	контрольная работа
Владеть	методами налаживания эффективных внутренних и внешних коммуникаций в сфере деловых отношений (ПК-4.1).	зачет

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

Оценочные средства	Уровни сформированности компетенции			
	Компетентность несформирована	Базовый уровень компетентности	Достаточный уровень компетентности	Высокий уровень компетентности
устный опрос	Студент не способен дать ответ на заданный вопрос	Студент неполно, поверхностно, не обоснованно отвечает на заданные вопросы	Студент полно, с несущественным и замечаниями отвечает на заданные вопросы	Студент полно, глубоко, обоснованно отвечает на заданные вопросы
контрольная работа	Выполнено правильно менее 30% теоретической части, практическая часть или не сделана или выполнена менее 30%	Выполнено не менее 50% теоретической части и практических заданий (или полностью сделано практическое задание)	Выполнено 51 - 80% теор, части, практическое задание сделано полностью с несущественным и замечаниями	Выполнено более 80% теоретической части, практическое задание выполнено без замечаний

доклад	доклад не соответствует заданной структуре, оформлен с нарушениями действующих стандартов, материал изложен поверхностно, неполно	доклад соответствует заданной структуре, материал изложен достаточно полно, требования действующих стандартов по оформлению не соблюдены	доклад соответствует заданной структуре, материал изложен достаточно полно, имеются отдельные незначительные отклонения от требований действующих стандартов по оформлению	доклад соответствует заданной структуре, материал изложен достаточно полно, детально проанализирован, требования действующих стандартов по оформлению соблюдены
зачет	соответствует выявления значительных пробелов в знаниях основного программного материала; владение отдельными понятиями, методиками и инструментами, допускает в их использовании принципиальные ошибки;	соответствует выявления знаний основного программного материала; усвоения информации в основном из лекционного курса; владение необходимыми методами, методиками и инструментами, предусмотренными программой; умение использовать их для решения ситуаций;	соответствует выявления знаний основного программного материала; усвоения основной и дополнительной литературы; владение понятийным аппаратом, методами, методиками и инструментами предусмотренными программой; умение использовать их для решения типовых ситуаций;	соответствует выявления всестороннего системного и глубокого знания программного материала; усвоения основной и дополнительной литературы; четкое владение понятийным аппаратом, методами, методиками и инструментами, предусмотренными программой дисциплины.

7.3. 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

7.3.1. Примерные вопросы для устного опроса

- 1.Корпоративная культура. Формирование корпоративной культуры инструментами паблик рилейшнз.
- 2.Корпоративная философия и ее особенности.
- 3.Разработка фирменного стиля организации.
- 4.Специфика корпоративного поведения.
- 5.Формирование у персонала чувства принадлежности к организации.
- 6.Коммуникационные инструменты формирования бренда.
- 7.Паблик рилейшнз в акционерных обществах и системе корпоративного управления.
- 8.Управление коммуникациями и информационная борьба в экономической сфере.
- 9.Паблик рилейшнз: особенности российского опыта.
- 10.Презентации, выставки и торговые ярмарки как средства паблик рилейшнз.

7.3.2. Примерные задания для контрольной работы

1.Задание 1

Почему SMM и, в частности, вирусный маркетинг являются полноценной маркетинговой техникой в сети Интернет? В чем достоинства и недостатки данного инструмента?

2.Задание 2

В чем новизна концепции глобальной сети Web 2.0, Web 3.0 и Web 4.0?

3.Задание 3

Проанализируйте параметры современной экономики лояльности. Что значит «пожизненная ценность клиента» для современной компании?

4.Задание 4

Как процессы конвергенции на рынке офлайн-СМИ влияют на современные брендинговые стратегии? Приведите примеры.

5.Задание 5

В чем различия между органичным и усиленным вирусным маркетингом?

6.Задание 6

Сравните (но заданию преподавателя) жанровые характеристики рекламных материалов, выполненных для онлайн- и офлайн-среды.

7.Задание 7

Как дизайн и нейминг влияют на присутствие бренда в коммуникативно-предметном поле товара?

8.Задание 8

Как айдентика бренда в офлайн- и онлайн-пространстве воздействует на сенсорику потребителей?

9.Задание 9

Как увеличение инвестиций в цифровую рекламу влияет на создание новой бизнес-модели для издательских домов, работающих с бумажными носителями?

10.Задание 10

Охарактеризуйте стоимостные характеристики медиаплана.

7.3.3. Примерные темы для доклада

- 1.Эффективность управления коммуникациями, скрытые аспекты коммуникации.
- 2.Формирование корпоративной культуры организации.
- 3.Вербальные и невербальные коммуникации в организации, цели и задачи внутриорганизационных коммуникаций.
- 4.Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях.
- 5.Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями.
- 6.Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами.
- 7.Корпоративный имидж и методы его формирования, управление изменениями внутри корпорации.
- 8.Типологические модели коммуникационного менеджмента и их социальная природа.
- 9.Концепции пропаганды в марксизме и национал-социализме, теории «публич рилейшнз» по Айви Ли, Э.Бернайсу, С.Блэку, Дж.Грюнигу.
- 10.Сегменты целевых аудиторий в организации: общая характеристика

7.3.4. Вопросы к зачету

1. Роль обратной связи в процессе коммуникации.
2. Функции корпоративной культуры.
3. Понятие коммуникативной ситуации.
4. Место и роль корпоративной культуры в организации.
5. Двухступенчатый характер коммуникации, концепция функции усиления.
6. Определение и уровни корпоративной культуры.
7. Основные принципы управления коммуникациями.
8. Субкультуры в организации.
9. Определение и структура организации.
10. Элементы, составляющие корпоративную культуру.
11. Организация, типы организации.
12. Роль коммуникационного менеджмента в организации (внешний, внутренний).

13. Что такое лоббирование. В чём особенности российской практики лоббирования.
14. Соотношение понятий «спонсорство» и «меценатство».
15. Типы управленческой информации.
16. Технология «спиндоктор» в коммуникативном процессе.
17. Понятие лоббизма. Цели и задачи лоббистов. Содержание работы лоббистов. Основные методы лоббирования.
18. Информационный менеджмент.
19. Понятие о коммуникационном менеджменте. Предмет и
20. объект коммуникационного менеджмента.
21. Основные типы коммуникации.
22. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная
23. политика организации.
24. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии
25. коллектива и личности.
26. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента.
27. Основные этапы коммуникационного процесса в
28. организации.
29. Обратная связь в коммуникации.
30. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части
31. коммуникационной среды.
32. Коммуникативное пространство.
33. Организация управления коммуникативным пространством.
34. Коммуникативная структура организации.
35. Виды, формы и стили общения коммуникатора.
36. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в
37. коммуникационном менеджменте.

- 38. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
- 39. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.
- 40. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации.
- 41. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.
- 42. Формальные и неформальные коммуникации.
- 43. Коммуникационный менеджмент и персонал организации.
- 44. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров.
- 45. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.
- 46. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура.
- 47. Понятие и виды коммуникационных барьеров.
- 48. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловой коммуникации.

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

7.4.1. Оценивание устного опроса

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота и правильность ответа	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Степень осознанности, понимания изученного	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно
Языковое оформление ответа	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи

7.4.2. Оценивание выполнения контрольной работы

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота и правильность ответа	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Степень осознанности, понимания изученного	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно
Языковое оформление ответа	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи
Соблюдение требований к оформлению	Не более 4 замечаний	Не более 3 замечаний	Правильное оформление ссылок на используемую литературу; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; соблюдение требований к объему реферата
Грамотность	Не более 4 замечаний	Не более 3 замечаний	Отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; литературный стиль

7.4.3. Оценивание доклада

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Степень раскрытия темы:	Тема доклада раскрыта частично	Тема доклада раскрыта не полностью	Тема доклада раскрыта

Объем использованной научной литературы	Объем научной литературы не достаточный, менее 8 источников	Объем научной литературы достаточный – 8-10 источников	Объем научной литературы достаточный более 10 источников
Достоверность информации в докладе (точность, обоснованность, наличие ссылок на источники первичной информации)	Есть замечания по ссылкам на источники первичной информации	Есть некоторые неточности, но в целом информация достоверна	Достоверна. Есть ссылки на источники первичной информации
Необходимость и достаточность информации	Приведенные данные и факты служат целям обоснования или иллюстрации определенных тезисов и положений доклада частично: 3 и более замечаний	Приведенные данные и факты служат целям обоснования или иллюстрации определенных тезисов и положений доклада частично: не более 2 замечаний	Приведенные данные и факты служат целям обоснования или иллюстрации определенных тезисов и положений доклада

7.4.4. Оценивание зачета

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота ответа, последовательность и логика изложения	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Правильность ответа, его соответствие рабочей программе учебной дисциплины	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 3	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 2	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины
Способность студента аргументировать свой ответ и приводить примеры	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 3 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 2 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены
Осознанность излагаемого материала	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно

Соответствие нормам культуры речи	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи
Качество ответов на вопросы	Есть замечания к ответам, не более 3	В целом, ответы раскрывают суть вопроса	На все вопросы получены исчерпывающие ответы

7.5. Итоговая рейтинговая оценка текущей и промежуточной аттестации студента по дисциплине

По учебной дисциплине «Коммуникационный менеджмент» используется 4-балльная система оценивания, итог оценивания уровня знаний обучающихся предусматривает зачёт. Зачет выставляется во время последнего практического занятия при условии выполнения не менее 60% учебных поручений, предусмотренных учебным планом и РПД. Наличие невыполненных учебных поручений может быть основанием для дополнительных вопросов по дисциплине в ходе промежуточной аттестации. Во всех остальных случаях зачет сдается обучающимися в даты, назначенные преподавателем в период соответствующий промежуточной аттестации.

Итоговая рейтинговая оценка R академической успешности студента по дисциплине определяется по формуле:

$$R = \sum_i^n T_i + \mathcal{E}, \text{ где}$$

T_i – рейтинговая оценка студента по всем формам текущего контроля;
 \mathcal{E} – рейтинговая оценка студента по результатам экзамена (зачета).

Шкала оценивания текущей и промежуточной аттестации студента

Уровни формирования компетенции	Оценка по четырехбалльной шкале
	для зачёта
Высокий	зачтено
Достаточный	
Базовый	
Компетенция не сформирована	не зачтено

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература.

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- метод пособие, др.)	Кол-во в библиот.
1.	Бурмистрова, Е. В. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Е. В. Бурмистрова, Л. М. Мануйлова. - Омск : ОмГПУ, 2016. - 104 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/129692
2.	Тюленева, Т. А. Деловые коммуникации с иностранными партнерами по экономическим вопросам : учебное пособие / Т. А. Тюленева. - Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2019. - 174 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/133883
3.	Поплавская, Т. В. Организационная коммуникация : учеб. пособие для ii ступени образования по специальности «коммуникативный менеджмент» / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 198 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/114370
4.	Брит, Н. В. Эффективные коммуникации : учебно-практическое пособие / Н. В. Брит, А. Ю. Кузин, Е. Н. Скавинская, Ю. И. Штогина. - Томск : ТГУ, 2017. - 90 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/108539

5.	Агарков, А. П. Управление качеством : учебник / А. П. Агарков. - Москва : Дашков и К, 2017. - 208 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/93445
6.	Болдырева, Н. П. Управление качеством : учебное пособие / Н. П. Болдырева, Н. В. Болдырева. - 2-е изд. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 269 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/97140
7.	Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - Москва : Дашков и К, 2018. - 343 с.	Учебники	https://e.lanbook.com/book/103741
8.	Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. - 4-е, изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с.	Учебники	https://e.lanbook.com/book/93436
9.	Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации возникновение "Четвертой волны" : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 260 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/93407
10.	Карышев, М. Ю. Социально-экономическая эффективность сферы информационно-коммуникационных технологий: методология международных статистических сопоставлений : монография / М. Ю. Карышев. - Москва : Финансы и статистика, 2011. - 160 с.	Монографии	https://e.lanbook.com/book/53867

Дополнительная литература.

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- метод пособие, др.)	Кол-во в библи.
1.	Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/93373
2.	Катунина, Н. В. Управление маркетинговыми коммуникациями : учебно-методическое пособие / Н. В. Катунина. - Омск : ОмГУ, 2016. - 98 с.		https://e.lanbook.com/book/89985
3.	Гусева, Е. В. Бренд-коммуникационная компания : учебно-методическое пособие / Е. В. Гусева. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2013. — 143 с. — ISBN 978-5-94047-535-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/64064 (дата обращения: 30.09.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Учебно-методические пособия	https://e.lanbook.com/book/64064
4.	Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 126 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/93480

5.	Сперанская, Н. Н. Межличностное общение и коммуникации: Модуль 1. Межличностные отношения и коммуникация: Материалы для практических занятий, самостоятельной работы и контрольных заданий : учебное пособие / Н. Н. Сперанская. - Санкт-Петербург : СПбГЛТУ, 2016. - 112 с.		https://e.lanbook.com/book/74032
6.	Шевченко, Д. А. Интегрированные коммуникации : энциклопедия / Д. А. Шевченко. - Москва : Дашков и К, 2019. - 298 с.	Энциклопедии	https://e.lanbook.com/book/119250

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- 1.Поисковые системы: <http://www.rambler.ru>, <http://yandex.ru>,
- 2.Федеральный образовательный портал www.edu.ru.
- 3.Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/ru>
- 4.Государственная публичная научно-техническая библиотека России URL: <http://gpntb.ru>.
- 5.Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым «Крымская республиканская универсальная научная библиотека» <http://franco.crimealib.ru/>
- 6.Педагогическая библиотека <http://www.pedlib.ru/>
- 7.Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (РИНЦ) <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Общие рекомендации по самостоятельной работе бакалавров

Подготовка современного бакалавра предполагает, что в стенах университета он овладеет методологией самообразования, самовоспитания, самосовершенствования. Это определяет важность активизации его самостоятельной работы.

Самостоятельная работа формирует творческую активность бакалавров, представление о своих научных и социальных возможностях, способность вычленять главное, совершенствует приемы обобщенного мышления, предполагает более глубокую проработку ими отдельных тем, определенных программой.

Основными видами и формами самостоятельной работы студентов по данной дисциплине являются: самоподготовка по отдельным вопросам; работа с базовым конспектом; подготовка к устному опросу; подготовка к контрольной работе; подготовка доклада; подготовка к зачету.

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной литературы. Основная функция учебников – ориентировать в системе тех знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими специалистами. Учебник также служит путеводителем по многочисленным произведениям, ориентируя в именах авторов, специализирующихся на определённых научных направлениях, в названиях их основных трудов. Вторая функция учебника в том, что он очерчивает некий круг обязательных знаний по предмету, не претендуя на глубокое их раскрытие.

Чтение рекомендованной литературы – это та главная часть системы самостоятельной учебы бакалавра, которая обеспечивает подлинное усвоение науки. Читать эту литературу нужно по принципу: «идея, теория, метод в одной, в другой и т.д. книгах».

Во всех случаях рекомендуется рассмотрение теоретических вопросов не менее чем по трем источникам. Изучение проблемы по разным источникам – залог глубокого усвоения науки. Именно этот блок, наряду с выполнением практических заданий является ведущим в структуре самостоятельной работы студентов.

Вниманию бакалавров предлагаются список литературы, вопросы к самостоятельному изучению и вопросы к зачету.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

- 1) выполнять все определенные программой виды работ;
- 2) посещать занятия, т.к. весь тематический материал взаимосвязан между собой и, зачастую, самостоятельного теоретического овладения пропущенным материалом недостаточно для качественного его усвоения;
- 3) все рассматриваемые на занятиях вопросы обязательно фиксировать в отдельную тетрадь и сохранять её до окончания обучения в вузе;
- 4) проявлять активность при подготовке и на занятиях, т.к. конечный результат овладения содержанием дисциплины необходим, в первую очередь, самому бакалавру;

5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам обязательно отрабатывать пропущенное преподавателю во время индивидуальных консультаций.

Внеурочная деятельность бакалавра по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение практических заданий;
- выработку умений научной организации труда.

Успешная организация времени по усвоению данной дисциплины во многом зависит от наличия у бакалавра умения самоорганизовать себя и своё время для выполнения предложенных домашних заданий. Объём заданий рассчитан максимально на 2-3 часа в неделю. При этом алгоритм подготовки будет следующим:

- 1 этап – поиск в литературе теоретической информации по предложенным преподавателем вопросам;
- 2 этап – осмысление полученной информации, освоение терминов и понятий;
- 3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос;
- 4 этап – поиск примеров по данной проблематике.

Работа с базовым конспектом

Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций в различных формах их проведения: проблемные лекции с элементами эвристической беседы, информационные лекции, лекции с опорным конспектированием, лекции-визуализации.

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы курса, составленной в соответствии с государственным образовательным стандартом. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу.

Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям.

Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на практическом занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Полный список литературы по дисциплине приведен в рабочей программе дисциплины.

Подготовка доклада

Требования к оформлению и содержанию доклада.

Структура доклада:

Титульный лист содержит следующие атрибуты:

- в верхней части титульного листа помещается наименование учреждения (без сокращений), в котором выполнена работа;
- в середине листа указывается тема работы;
- ниже справа - сведения об авторе работы (ФИО (полностью) с указанием курса, специальности) и руководителя (ФИО (полностью), должность);
- внизу по центру указываются место и год выполнения работы.

Титульный лист не нумеруется, но учитывается как первая страница.

Оглавление – это вторая страница работы. Здесь последовательно приводят все заголовки разделов текста и указывают страницы, с которых эти разделы начинаются. В содержании оглавления все названия глав и параграфов должны быть приведены в той же последовательности, с которой начинается изложение содержания этого текста в работе без слова «стр.» / «страница». Главы нумеруются римскими цифрами, параграфы – арабскими.

Введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяется его значимость и актуальность, указывается цель и задачи доклада, дается характеристика исследуемой литературы).

Основная часть (основной материал по теме; может быть поделена на разделы, каждый из которых, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего раздела).

Заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации, указываются перспективы исследования проблемы).

Список литературы. Количество источников литературы - не менее пяти. Отдельным (нумеруемым) источником считается как статья в журнале, сборнике, так и книга. Таким образом, один сборник может оказаться упомянутым в списке литературы 2 – 3 раза, если вы использовали в работе 2 – 3 статьи разных авторов из одного сборника.

Приложение (таблицы, схемы, графики, иллюстративный материал и т.д.) – необязательная часть.

Требования к оформлению текста доклада

Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

Объем работы должен составлять не более 20 страниц машинописного текста (компьютерный набор) на одной стороне листа формата А4, без учета страниц приложения.

Текст исследовательской работы печатается в редакторе Word, интервал – полуторный, шрифт Times New Roman, кегль – 14, ориентация – книжная. Отступ от левого края – 3 см, правый – 1,5 см; верхний и нижний – по 2 см; красная строка – 1 см.; выравнивание по ширине.

Затекстовые ссылки оформляются квадратными скобками, в которых указывается порядковый номер первоисточника в алфавитном списке литературы, расположенном в конце работы, а через запятую указывается номер страницы. Например [11, 35].

Заголовки печатаются по центру 16-м размером шрифта. Заголовки выделяются жирным шрифтом, подзаголовки – жирным курсивом; заголовки и подзаголовки отделяются одним отступом от общего текста сверху и снизу. После названия темы, подраздела, главы, параграфа (таблицы, рисунка) точка не ставится.

Страницы работы должны быть пронумерованы; их последовательность должна соответствовать плану работы. Нумерация начинается с 2 страницы. Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в правом углу нижнего поля страницы. Титульный лист не нумеруется.

Каждая часть работы (введение, основная часть, заключение) печатается с нового листа, разделы основной части – как единое целое.

Должна быть соблюдена алфавитная последовательность написания библиографического аппарата.

Оформление не должно включать излишеств, в том числе: различных цветов текста, не относящихся к пониманию работы рисунков, больших и вычурных шрифтов и т.п.

Подготовка к устному опросу

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы в начале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки устных ответов студентов:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Подготовка к зачету

Зачет является традиционной формой проверки знаний, умений, компетенций, сформированных у студентов в процессе освоения всего содержания изучаемой дисциплины. Обычный зачет отличается от экзамена только тем, что преподаватель не дифференцирует баллы, которые он выставляет по его итогам.

Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, а не за несколько дней до его проведения.

Подготовка включает следующие действия. Прежде всего нужно перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра. Затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи. Речь идет не о шпаргалке, а о формировании в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не заглядывая в записи. Время на подготовку к зачету по нормативам университета составляет не менее 4 часов.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости))

Информационные технологии применяются в следующих направлениях:

- оформление письменных работ выполняется с использованием текстового редактора;
- демонстрация компьютерных материалов с использованием мультимедийных технологий;
- использование информационно-справочного обеспечения, такого как: правовые справочные системы (Консультант+ и др.), онлайн словари, справочники (Грамота.ру, Интуит.ру, Википедия и др.), научные публикации.
- использование специализированных справочных систем (электронных учебников, справочников, коллекций иллюстраций и фотоизображений, фотобанков, профессиональных социальных сетей и др.).

OpenOffice Ссылка: <http://www.openoffice.org/ru/>

Mozilla Firefox Ссылка: <https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/>

Libre Office Ссылка: <https://ru.libreoffice.org/>

Do PDF Ссылка: <http://www.dopdf.com/ru/>

7-zip Ссылка: <https://www.7-zip.org/>

Free Commander Ссылка: <https://freecommander.com/ru>

be Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>попо

Gimp (графический редактор) Ссылка: <https://www.gimp.org/>

ImageMagick (графический редактор) Ссылка: <https://imagemagick.org/script/index.php>

VirtualBox Ссылка: <https://www.virtualbox.org/>

Adobe Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>

Операционная система Windows 8.1 Лицензионная версия по договору №471\1 от 11.12.2014 г.

Электронно-библиотечная система Библиокомплектатор

Национальна электронная библиотека - федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека» (ФГБУ «РГБ»)

Редакция Базы данных «ПОЛПРЕД Справочники»

Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

- компьютерный класс и доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки);
- проектор, совмещенный с ноутбуком для проведения лекционных занятий преподавателем и презентации студентами результатов работы;
- раздаточный материал для проведения групповой работы;

-методические материалы к практическим занятиям, лекции (рукопись, электронная версия), дидактический материал для студентов (тестовые задания, мультимедийные презентации).

13. Особенности организации обучения по дисциплине обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;
- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи чeskих занятий, выступления с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, – не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин., – продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

14. Виды занятий, проводимых в форме практической подготовки

(не предусмотрено при изучении дисциплины)