

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Панарин Андрей Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.11.2023 14:53:19
Уникальный идентификатор:
a5da3d9896e9d535380e3f9a7da4832154ef8307



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский психолого-социальный университет»
Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (до 07 марта 2024 года)

Принято
Решение Ученого совета

От «22» марта 2022 г.
Протокол №5

Факультет экономики и права

Рабочая программа учебной дисциплины

Управление коммуникациями в организации

Направление подготовки

38.03.03 «Управление персоналом»

Направленность (профиль) подготовки:

Управление персоналом организации

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения:

Очная, очно-заочная, заочная

Составитель программы:

Саркисян Н.Д., и.о. заведующего кафедрой
гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Москва 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине.....	3
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы.....	3
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на н.....	5
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	5
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам).....	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Управление коммуникациями в организации»	15
6.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал.....	15
6.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы.....	16
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы.....	17
6.3.1. Типовые задания для проведения текущего контроля обучающихся.	17
6.3.2. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся.....	21
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	22
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	24
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	28
10.1 Лицензионное программное обеспечение.....	28
10.2. Электронно-библиотечная система.....	29
10.3. Современные профессиональные базы данных.....	29
10.4. Информационные справочные системы.....	30
11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	30
12. Лист регистрации изменений	31

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Управление коммуникациями в организации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата), утвержденного приказом утвержденных приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 6 октября 2015 г. № 691н.

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Управление коммуникациями в организации». Дисциплина дает целостное представление об управлении коммуникациями в организации.

Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, уровень бакалавриата.

Дисциплина изучается на 2 курсе, в 3 семестре для очной, на 2 курсе в 4 семестре для очно-заочной и на 3 курсе в 5 семестре для заочной форм обучения; форма контроля - зачет.

Цель изучения дисциплины:

сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний об управлении коммуникациями в современных условиях.

Задачи:

- формирование у студентов общих представлений об основных принципах организации управления коммуникациями в организации и типологических моделях коммуникационного менеджмента;
- изучение методов исследования в коммуникационном менеджменте;
- освоение принципов организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии;
- формирование знаний об основных принципах обеспечения эффективности работы отдела по коммуникациям в организации.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ОПК-5 - Способность использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (уровень бакалавриата) и на основе профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 6 октября 2015 г. № 691н, соотнесенного с федеральным государственным образовательным стандартом по указанному направлению подготовки.

Код компетенции	Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
ОПК-5	Способность использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	ОПК-5.1. Знает основные понятия и свойства баз данных, хранилищ данных, облачных технологий, программных средств применяемых при управлении персоналом в организации.	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
		ОПК-5.2. Умеет организовывать использование современных информационных технологий и программных средств при решении задач управления коммуникациями в организации.	
		ОПК-5.3 Владеет способами и приемами поиска современных информационных технологий и программных средств, необходимых для решения задач управления коммуникациями в организации.	

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объем дисциплины	Всего часов		
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	72		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	24	20	8
Аудиторная работа (всего):	24	20	8
в том числе:			

Лекции	8	8	4
семинары, практические занятия	16	12	4
лабораторные работы			
Внеаудиторная работа (всего):			
в том числе:			
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	48	52	60
Вид промежуточной аттестации обучающегося - зачет	+	+	4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам))	
			ВСЕГО	Из них аудиторные занятия		Самостоятельная работа	Контрольная работа	Курсовая работа		
				Лекции	Практикум					Практическ. занятия /семинары
1	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	3	6	0,5		1	4,5			опрос
2	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	3	8	1		2	5			опрос доклад
3	Типологические модели коммуникационного менеджмента	3	8	1		2	5			опрос доклад
4	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	3	6	0,5		1	4,5			опрос
5	Роль коммуникационного менеджмента в	3	6	0,5		1	4,5			опрос

	разработке и реализации общей стратегии предприятия								
	Текущий контроль (контрольный срез)								контрольная работа
6	Формирование положительного общественного мнения об организации	3	6	0,5	1	4,5			опрос
7	Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	3	8	1	2	5			опрос
8	Внутренний коммуникационный менеджмент	3	8	1	2	5			опрос доклад
9	Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	3	8	1	2	5			опрос доклад
10	Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	3	8	1	2	5			опрос
11	Зачет		+						Комплект билетов
	ИТОГО	3	72	8		16	48		+ (Зачет)

для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам))
			ВСЕГО	Из них аудиторные занятия		Самостоятельная работа	Курсовая работа	
				Лекции	Практикум			
1	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	4	6	0,5	1	4,5		опрос
2	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	4	8	1	1	6		опрос доклад
3	Типологические модели коммуникационного менеджмента	4	8	1	2	5		опрос доклад
4	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	4	6	0,5	1	4,5		опрос
5	Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии	4	6	0,5	1	4,5		опрос

	предприятия									
	Текущий контроль (контрольный срез)									контрольная работа
6	Формирование положительного общественного мнения об организации	4	6	0,5	1	4,5				опрос
7	Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	4	8	1	1	6				опрос
8	Внутренний коммуникационный менеджмент	4	8	1	1	6				опрос доклад
9	Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	4	8	1	1	6				опрос доклад
10	Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	4	8	1	2	5				опрос
11	Зачет		+							Комплект билетов
	ИТОГО	4	72	8		12	52			+ (Зачет)

для очной формы обучения

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам))	
			ВСЕГО	Из них аудиторные занятия		Самостоятельная работа	Курсовая работа	Контрольная работа		
				Лекции	Практикум					
1	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	5	6	0,5			5,5			опрос
2	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	5	8	0,5		0,5	7			опрос
3	Типологические модели коммуникационного менеджмента	5	6			0,5	5,5			опрос
4	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	5	6	0,5		0,5	5			опрос
5	Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	5	6	0,5			5,5			опрос

6	Формирование положительного общественного мнения об организации	5	6		0,5	5,5		опрос
7	Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	5	6	0,5	0,5	5		опрос
8	Внутренний коммуникационный менеджмент	5	8	0,5	0,5	7		опрос
9	Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	5	8	0,5	0,5	7		опрос
10	Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	5	8	0,5	0,5	7		опрос
11	Зачет		4					Комплект билетов
	ИТОГО	5	72	4	4	60		4 (Зачет)

4.2 Содержание учебной дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций

Содержание лекционных занятий

Дискуссионность понятия «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями», сфера их применения, характеристика их основных участников. Сущность коммуникации и управление ею. Специфика различных подходов к коммуникационному менеджменту. Роль корпоративной коммуникаций в организации: коммуникация как дополнительный атрибут; коммуникация как инструмент управления; коммуникации как стратегический инструмент. Основные принципы организации управления коммуникациями. Суть коммуникационного менеджмента и сфера его применения. Границы управления коммуникациями. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием. Проблемы разграничения управления и манипулирования.

Общее понятие о коммуникационной политике. Репутация, положительный имидж организации как накопление механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации и публичного капитала. Роль корпоративной культуры в наращивании публичного капитала.

Содержание практических занятий

1. Сущность понятия «коммуникация».
2. Понятия «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями».
3. Роль коммуникации в управлении.
4. Управление коммуникациями в связях с общественностью.
5. Коммуникационный менеджмент и имидж организации.

Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте

Содержание лекционных занятий

Понятие и типы коммуникологических исследований. Методы исследования в коммуникационном менеджменте: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы, интервью

Принципы составления программы коммуникологического исследования. Проблемы количественной и качественной репрезентации. Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросов. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований. Особенности хранения и обработки управленческой информации. Принципы коммуникационного аудита.

Содержание практических занятий

1. Понятие и типы коммуникологических исследований.
2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте
3. Принципы составления программы коммуникологического исследования.

Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента

Содержание лекционных занятий

Теория «паблик рилейшнз» по Э. Бернайсу. Исторические модели управления коммуникациями: пропаганда, модели связей с общественностью по С. Блэку, Айви Ли, информационные войны, ИМК и др. Модели связи с общественностью Дж. Грюнига: агентство по связям с прессой, общественно значимая информация, двусторонняя асимметрия. двусторонняя асимметрия. Коммуникации ассиметричные-симметричные и информирующие-убеждающие Основные стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия. Ситуационная модель управления коммуникациями. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии

Содержание практических занятий

1. Теория Э.Бернайса, С. Блэкф, Айви Ли, Дж.Грюнига
2. Модели связи с общественностью.
3. Коммуникации ассиметричные-симметричные и информирующие-убеждающие.
4. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями.

Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии

Содержание лекционных занятий

Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс. Определение проблем, разработка концепции и постановка целей. Понятие ключевых аудиторий. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация). Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте, системный подход и моделирование ситуаций. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях разных типов и после кризиса. Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами.

Содержание практических занятий

1. Понятие ключевых аудиторий.
2. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях разных типов и после кризиса.
3. План отношений с общественностью в экстремальных условиях.

Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия

Содержание лекционных занятий

Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации. Коммуникации в стратегическом маркетинге. Коммуникации стратегий разных уровней (классификация уровней по И. Ансофу). Информационное обеспечение при разработке и реализации общей стратегии предприятия. Виды коммуникационных стратегий. Группы целей в коммуникационном планировании: цели влияния и цели выхода. Виды целей влияния: информационные цели, цели отношения (установок), цели поведения. Коммуникационная политика организации по отношению к неформальной коммуникации. Принципы планирования информационной кампании: определение целей, выбор аудитории и средств коммуникации. Принципы планирования времени. Организация событий. Обратная связь и способы ее осуществления. Бюджет кампании. Контроль за ходом кампании и оценка результатов. Программа совершенствования коммуникаций в организации. Этапы осуществления информационной кампании.

Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Медиапланирование в коммуникационном менеджменте. Роль взаимодействия со СМИ при проведении коммуникационных кампаний. Постановка целей, выбор канала и оценка его эффективности в медиапланировании. Интернет как новая коммуникативная среда. Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств.

Содержание практических занятий

1. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации.
2. Информационное обеспечение при разработке и реализации общей стратегии предприятия.
3. Виды коммуникационных стратегий.
4. Принципы планирования информационной кампании

Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации

Содержание лекционных занятий

Общественное мнение и его характеристики: рациональное/иррациональное, наличие/недостаточность информации по проблеме, интересующей общественное мнение, инертность/податливость общественного мнения, способность к быстрым и резким изменениям. Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте. Уровни детерминации общественного мнения: уровень непосредственного отражения, коммуникативный уровень и внутрисубъектный (личностный) уровень. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения. Структура коммуникации. Каналы распространения информации.

Содержание практических занятий

1. Технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте.
2. Уровни детерминации общественного мнения.

3.Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.

4.Особенности PR-текстов.

Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации

Содержание лекционных занятий

Основных пути организации коммуникационного менеджмента. Функции отдела по коммуникациям. Общая организационной структура и структура отдела корпоративной коммуникации. Должностные позиции отдела корпоративной коммуникации. Условия делегирования функций отдела коммуникационного менеджмента PR-агентству. Оценка целесообразности передачи PR-функций на аутсорсинг. Роль менеджера по коммуникациям. Модель личностно-деловых качеств и имдж современного PR-менеджера (В. М. Шепель). Квалификационная характеристика PR-менеджера. Требования, предъявляемые к личности менеджера по коммуникациям. Особенности организации консультативной фирмы и взаимодействия между клиентом и консультантом.

Определение эффективности в коммуникационном менеджменте. Эффекты коммуникационной компании, эффективность и результативность коммуникационного менеджмента, общее и различное Эффекты коммуникационной компании: функциональные, дисфункциональные, афункциональные. Виды эффективности коммуникационного менеджмента. Принципы оценки коммуникационного менеджмента Факторы результативности коммуникаций в организации. Методы измерения результатов коммуникационной кампании.

Содержание практических занятий

1. Структура отдела корпоративной коммуникации.
2. Роль менеджера по коммуникациям.
3. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте.

Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент

Содержание лекционных занятий

Типы организационной структуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации. Требования к информации и коммуникации в организации. Специфика изменения информации в организации. Виды информационных потоков в организации: нисходящие, восходящие, горизонтальные. Общие правила организации системы нисходящих коммуникаций. Управление горизонтальными коммуникациями. Позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса. Коммуникативная компетентность менеджера.

Типы, уровни и функции организационной культуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры. Основные элементы и особенности функционирования знаково-символической культуры на предприятиях. Коммуникационные методы продвижения корпоративной культуры на предприятии. Внутренние средства массовой коммуникации. Слухи как инструмент внутрикорпоративной коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

Содержание практических занятий

1. Типы организационной структуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации.
2. Коммуникативная компетентность менеджера.
3. Типы, уровни и функции организационной культуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации.

Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.

Содержание лекционных занятий

Особенности коммуникационного менеджмента в госпромышленности и бизнесе.

Задачи и направления (технологическое и репутационно-имиджевое) коммуникационного менеджмента в промышленности. Функции корпоративного коммуникационного менеджмента – функции коммуникационной безопасности и защиты бизнеса, проведение целевых акций, реализация коммуникативных программ. Отношения с клиентами, конкурентами, инвесторами и общиной. Отношения с персоналом. Связи с государственными институтами. Лоббизм. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Факторы, определяющие необходимость коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство.

Содержание практических занятий

1. Задачи и направления коммуникационного менеджмента в промышленности.
2. Функции корпоративного коммуникационного менеджмента
3. Связи с государственными институтами.
4. Факторы маркетинговой политики предприятия.

Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях

Содержание лекционных занятий

Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти как особый механизм государственного и регионального управления, деятельность которого направлена на оптимизацию принятия и реализации государственных решений. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Задачи информационного обеспечения деятельности государственных и региональных органов власти. Содержание деятельности по менеджменту коммуникаций в органах исполнительной, законодательной и судебной власти. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.

Социальный маркетинг как деятельность органов государственной власти по эффективному выявлению специальных запросов респондентов, по поддержанию и улучшению благосостояния как граждан, так и общества в целом. Задачи социального маркетинга.

Политический маркетинг как специфическая профессиональная деятельность, предпринимаемая для создания, поддержания и изменения поведения общественности по отношению к органам власти, политическим партиям, демократическим институтам, способствующая формированию гражданского общества.

Специфика коммуникационного менеджмента в муниципальном и местном самоуправлении. Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.

Содержание практических занятий

1. Коммуникативный менеджмент в государственных и региональных органах власти.
2. Задачи информационного обеспечения.
3. Политический и социальный маркетинг.
4. Коммуникативный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся при изучении курса «Управление коммуникациями в организации» предполагает, в первую очередь, работу с основной и дополнительной литературой. Результатами этой работы становятся выступления на практических занятиях, участие в обсуждении.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины «Управление коммуникациями в организации», которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебников, указанных в разделе 7 указанной программы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	Границы управления коммуникациями. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте. Проблемы разграничения управления и манипулирования.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос
Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросов. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад
Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента	Ситуационная модель управления коммуникациями. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад
Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад
Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Медиапланирование в коммуникационном менеджменте.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад
Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации	Структура коммуникации. Каналы распространения информации.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад

Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	Принципы оценки коммуникационного менеджмента. Факторы результативности коммуникаций в организации. Методы измерения результатов коммуникационной кампании.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад
Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад
Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад
Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос, доклад

6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Управление коммуникациями в организации»

6.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл	Критерии оценивания компетенции
1.	Опрос	Сбор первичной информации по выяснению уровня усвоения пройденного материала	«Зачтено» - если обучающийся демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой и современными публикациями; дает логичные, аргументированные ответы на поставленные вопросы. Также оценка «зачтено» ставится, если обучающимся допущены незначительные неточности в ответах, которые он исправляет путем наводящих вопросов со стороны преподавателя. «Не зачтено» - имеются существенные пробелы в знании основного материала по разделу, а также допущены принципиальные ошибки при изложении материала.	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3.
2	Доклад-презентация	Публичное выступление по представлению полученных результатов в программе Microsoft PowerPoint	«5» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «4» – некорректное оформление презентации, грамотное использование терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «3» – отсутствие презентации, докладчик испытывал затруднения при выступлении и ответе на вопросы в ходе дискуссии; «2» - докладчик не раскрыл тему	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3.

6.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

№	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Зачет - ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	на устном зачете: правильность ответов на вопросы (верное, четкое, достаточно глубокое изложение идей, понятий, фактов, нормативно-правового материала и т.п.); правильное решение задачи; полнота и лаконичность ответа; степень использования и понимания научных и нормативных источников; умение связывать теорию с практикой; логика и аргументированность изложения материала; грамотное комментирование, приведение примеров, аналогий; культура речи; на письменном зачете (тестирование): правильные ответы на вопросы письменного теста (задания).	«зачтено» - правильность ответов на вопросы билета (верное, четкое, достаточно глубокое изложение идей, понятий, фактов, нормативно-правового материала и т.п.) и правильное разрешение задачи; полнота и лаконичность ответа; степень использования и понимания научных и нормативных источников; умение связывать теорию с практикой; логика и аргументированность изложения материала; грамотное комментирование, приведение примеров, аналогий; культура речи; «не зачтено» предполагает, что обучающимся либо не дан ответ на вопрос и (или) не решена предложенная задача, либо обучающийся не знает основных понятий, не может определить предмет дисциплины.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

6.3.1. Типовые задания для проведения текущего контроля обучающихся

6.3.1.1. Задания для устного опроса на семинарских, практических занятиях

Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций

1. Сущность понятия «коммуникация».
2. Понятия «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями».
3. Роль коммуникации в управлении.
4. Управление коммуникациями в связях с общественностью.

5. Коммуникационный менеджмент и имидж организации.

Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте

1. Понятие и типы коммуникологических исследований.
2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте.
3. Принципы составления программы коммуникологического исследования.

Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента

1. Теория Э.Бернайса, С. Блэкф, Айви Ли, Дж.Грюнига.
2. Модели связи с общественностью.
3. Коммуникации ассиметричные-симметричные и информирующие-убеждающие.
4. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями.

Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии

4. Понятие ключевых аудиторий.
5. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях разных типов и после кризиса.
6. План отношений с общественностью в экстремальных условиях.

Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия

5. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации.
6. Информационное обеспечение при разработке и реализации общей стратегии предприятия.
7. Виды коммуникационных стратегий.
8. Принципы планирования информационной кампании.

Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации

1. Технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте.
2. Уровни детерминации общественного мнения.
3. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.
4. Особенности PR-текстов.

Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации

1. Структура отдела корпоративной коммуникации.
2. Роль менеджера по коммуникациям.
3. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте.

Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент

4. Типы организационной структуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации.
5. Коммуникативная компетентность менеджера.
6. Типы, уровни и функции организационной культуры, и их влияние на коммуникационные процессы в организации.

Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.

5. Задачи и направления коммуникационного менеджмента в промышленности.
6. Функции корпоративного коммуникационного менеджмента.
7. Связи с государственными институтами.
8. Факторы маркетинговой политики предприятия.

Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях

1. Коммуникативный менеджмент в государственных и региональных органах власти.
2. Задачи информационного обеспечения.
3. Политический и социальный маркетинг.
4. Коммуникативный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении.

6.3.1.2. Темы для докладов

1. Коммуникативный менеджмент и его роль в стратегии управления организацией.
2. Модель личностно-деловых качеств современного менеджера.
3. Концепции пропаганды, теории «паблик рилейшнз» по Айви Ли, Э Бернайсу, С. Блэку, Дж. Грюнингу.
4. Ситуационная модель управления коммуникациями.
5. Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью.
6. Принципы организации эффективного коммуникативного процесса на предприятии.
7. Принципы стратегического планирования в коммуникативном менеджменте.
8. Формирование положительного общественного мнения об организации.
9. Эффективность в коммуникационном менеджменте.
10. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации.
11. Условия делегирования функций коммуникативного менеджмента PR-агентству.
12. Коммуникативный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.
13. Политический и социальный маркетинг.
14. Специфика коммуникативного менеджмента в некоммерческой сфере.
15. Коммуникативный менеджмент в кризисных ситуациях.

6.3.1.3. Вопросы для текущего контроля

1. Каким образом коммуникационные проблемы влияют на развитие организации?
2. Какие управленческие процедуры и операции включает коммуникационный менеджмент?
3. Что такое паблицитный капитал? Как происходит его накопление?
4. Что такое коммуникологические исследования?
5. Охарактеризуйте поисковые, описательные и объяснительные исследования.
6. Охарактеризуйте каждый из приемов сбора данных для коммуникологического исследования.
7. Опишите специфику использования универсальных пакетов анализа статистических данных: STATISTICA, STATGRAPHICS, Excel и др.

8. Каковы основные особенности известных вам коммуникативных технологий, исходя из стандартной схемы коммуникативного процесса: Источник сообщения - сообщение - кодирование - канал передачи - декодирование - адресат.
9. Какие шумы и помехи встречаются при передаче информации в рамках соответствующих коммуникативных технологий? Как их избежать?
10. Какие модели использования коммуникации в управлении организацией вам известны?
11. Опишите основные стратегии симметричного управления коммуникациями. Чем они отличаются друг от друга? Каковы их особенности?
12. Какова специфика оценки эффективности в коммуникационных программах по сравнению с экономическими?
13. Каковы основные принципы, на которые необходимо опираться при оценке коммуникационных программ?
14. Каким образом применяются при оценке коммуникативной программы степень реализации целей, экономичность использования средств и степень рационализации выдвигаемых целей?
15. Какие критерии и компоненты социальной среды необходимо учитывать при оценке эффективности коммуникативной программы?
16. Каковы задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования?
17. Назовите известные вам виды коммуникационных стратегий. В каких условиях они осуществляются?
18. Охарактеризуйте основные этапы подготовки и проведения информационной кампании.
19. Что такое общественное мнение с точки зрения теории коммуникации? С точки зрения социологии?
20. Как взаимосвязаны в структуре общественного мнения рациональное - иррациональное; сознательное - стихийное; наличие - недостаток информации по проблеме; конкретность - абстрактность; динамизм — консерватизм?
21. Охарактеризуйте каждый из уровней детерминации общественного мнения.
22. Что такое итоги коммуникационной кампании? Приведите примеры.
23. Что такое результаты коммуникационной кампании? Приведите примеры.
24. Каковы методы измерения итогов и результатов?
25. Сформулируйте определение понятия «корпоративная культура».
26. Какое понятие на ваш взгляд шире - организационная или корпоративная культура?
27. Перечислите и охарактеризуйте основные организационные ценности.
28. Каковы методы продвижения корпоративной культуры на предприятии?
29. Назовите основные элементы знаковой культуры на предприятии. В каких корпоративных мероприятиях они используются?
30. Сформулируйте основные особенности коммуникационного менеджмента в промышленности и бизнесе.
31. Какие функции в предприятии выполняет специалист, занимающийся технологическим направлением в коммуникационном менеджменте?
32. Какие функции в предприятии выполняет специалист, занимающийся репутационно-имиджевым направлением в коммуникационном менеджменте?
33. Какую роль выполняет коммуникационный менеджмент в маркетинговой политике предприятия?
34. Какова оптимальная структура отдела корпоративной коммуникации на предприятии?

35. Каковы задачи коммуникационного менеджмента в государственных и муниципальных органах власти?
36. Каково содержание деятельности по связям с общественностью в государственных и муниципальных органах власти? Как она соотносится с коммуникационным менеджментом?
37. Поясните понятия «политический и социальный маркетинг».
38. Какова структура отдела коммуникационного менеджмента в органах власти?
39. Перечислите условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.

6.3.2. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление коммуникациями в организации» проводится в форме зачета.

6.3.2.1. Типовые вопросы к зачету

1. Сущность коммуникации и управление ею.
2. Алгоритм информационного поиска.
3. Взаимодействие со СМИ в кризисной ситуации.
4. Виды информационных потоков в организации.
5. Виды коммуникационных стратегий организации.
6. Коммуникационная политика организации.
7. Виды публичного общения.
8. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы.
9. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
10. Задачи коммуникационного менеджмента в работе с персоналом.
11. Интегрированные маркетинговые коммуникации в коммуникационном менеджменте.
12. Информационно-коммуникационная модель управления.
13. Коммуникационный менеджмент в некоммерческих организациях: проблемы и специфика.
14. Коммуникационная программа для конкретной организации.
15. Коммуникационная программа для работы с персоналом.
16. Коммуникационная программа как основа планирования.
17. Коммуникационные методы продвижения корпоративной культуры на предприятии.
18. Коммуникационный менеджмент в организации: PR руководителей.
19. Коммуникационный менеджмент и паблик рилейшнз.
20. Коммуникационный менеджмент как процесс.
21. Коммуникационный процесс и его структура.
22. Коммуникация и информация.
23. Компьютерные программы обработки социальной информации.
24. Корпоративная коммуникация и ее роль в организации.
25. Корпоративный репутационный PR.
26. Меры упреждения и преодоления кризисных ситуаций и массовых конфликтов публичного общения.
27. Методы и приемы сбора данных: коммуникационный аудит.
28. Основные принципы организации управления коммуникациями.
29. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями.
30. Основные характеристики репутационных технологий.

31. Особенности влияния организационной структуры и организационной культуры на коммуникационные процессы в организации.
32. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований.
33. Особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях.
34. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров.
35. Особенности коммуникационного менеджмента при адаптации кадров.
36. Особенности коммуникационного менеджмента при повышении квалификации кадров.
37. Особенности коммуникационного менеджмента при продвижении по службе.
38. Особенности коммуникационного менеджмента при увольнении сотрудников.
39. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных ситуациях.
40. Особенности коммуникационного менеджмента при разрешении конфликтов в рабочих коллективах.
41. Стили коммуникаций как характеристика менеджера.
42. Особенности формирования положительного общественного мнения об организации.
43. Оценка и контроль коммуникационной программы.
44. Планирование информационной кампании: цели, аудитория, средства коммуникации.
45. Прикладное коммуникологическое исследование.
46. Принципы и этапы планирования информационной кампании.
47. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
48. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации.
49. Разработка коммуникационного плана для управления кризисной ситуацией.
50. Роль, задачи и принципы коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия.
51. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента.
52. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.
53. Специфика различных подходов к коммуникационному менеджменту.
54. Специфика социального маркетинга в коммуникационном менеджменте.
55. Методы измерения результатов коммуникационной кампании.
56. Средства публичной коммуникации.
57. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации.
58. Сущность коммуникационного менеджмента и сферу его применения.
59. Типологические модели коммуникационного менеджмента.
60. Типы коммуникологических исследований.

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

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Текущая аттестация обучающихся. Текущая аттестация обучающихся по дисциплине «Управление коммуникациями в организации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО МПСУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление коммуникациями в организации» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

1. учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
2. степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
3. уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
4. результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

Промежуточная аттестация обучающихся. Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине «Управление коммуникациями в организации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО «МПСУ» и является обязательной.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление коммуникациями в организации» проводится в соответствии с учебным планом в 3-м семестре для очной, 4-м семестре для очно-заочной и в 5-м семестре для заочной форм обучения в виде зачета в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на зачете определяется его учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Знания умения, навыки обучающегося на зачете оцениваются как: «зачтено» / «не зачтено».

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Кузнецова, Е. В. Деловые коммуникации : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 180 с. — ISBN 978-5-906172-24-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61079.html>

2. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. — Москва : Дашков и К, 2018. — 344 с. — ISBN 978-5-394-02802-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85358.html>

б) дополнительная учебная литература

1. Генералова, С. В. Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров : практикум / С. В. Генералова. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 60 с. — ISBN 978-5-4487-0630-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/89231.html>

2. Горфинкель, В. Я. Коммуникации и корпоративное управление : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В. Я. Горфинкель, В. С. Торопцов, В. А. Швандар. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 128 с. — ISBN 5-238-00923-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81642.html>

3. Захарова, И. В. Деловые коммуникации : практикум / И. В. Захарова. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 141 с. — ISBN 978-5-4497-0198-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86469.html>

4. Кметь, Е. Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление : учебник для магистров / Е. Б. Кметь. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 183 с. — ISBN 978-5-9908055-3-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54491.htm>

5. Короткий, С. В. Деловые коммуникации : учебное пособие / С. В. Короткий. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-4487-0472-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80614.htm>

6. Красикова, Е. Н. Теория и практика речевой коммуникации : практикум / Е. Н. Красикова, А. С. Калашова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66111.html>

7. Скибицкая, И. Ю. Деловые коммуникации : учебное пособие / И. Ю. Скибицкая, Скибицкий Э. Г.. — Новосибирск : Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ, 2017. — 57 с. — ISBN 978-5-7795-0829-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85883.html>

8. Управление маркетинговыми коммуникациями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие (для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг»,

«Международный менеджмент», «Реклама и связи с общественностью»)/ — Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016.— 98 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59666.html>.— ЭБС «IPRbooks».

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической картотеки); подготовка к различным формам

	<p>текущей и промежуточной аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля; • валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить); • дифференциацию контрольно-измерительных материалов. <p>Формы контроля самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; • организация самопроверки, • взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии; • проведение письменного опроса; • проведение устного опроса; • организация и проведение индивидуального собеседования; организация и проведение собеседования с группой; • защита отчетов о проделанной работе.
Опрос	<p>Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.</p>
Доклад	<p>Доклад — это самостоятельная учебно-исследовательская работа обучающегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы,</p>

	<p>приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.</p> <p>После выбора темы доклада составляется перечень источников (монографий, научных статей, законодательных и иных нормативных правовых актов, справочной литературы, содержащей комментарии, статистические данные и т.п.) включающий от 3 до 5 наименований. Обучающийся излагает основные аспекты проблемы, мнения авторов по выбранному вопросу, а также - свои суждения.</p> <p>Примерные этапы работы над докладом: формулирование темы (тема должна быть актуальной, оригинальной и интересной по содержанию); подбор и изучение основных источников по теме; составление перечня источников; обработка и систематизация информации; разработка плана; написание доклада; публичное выступление с результатами исследования (на семинаре).</p> <p>Доклад должен отражать: знание современного состояния проблемы; обоснование выбранной темы; использование известных результатов и фактов; полноту цитируемой литературы, актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.</p> <p>Защита доклада или выступление с докладом продолжается в течение 5-7 минут по плану. Выступающему, по окончании представления доклада, могут быть заданы вопросы по теме доклада.</p> <p>Рекомендуемый объем доклада 10-15 страниц компьютерного (машинописного) текста, для выступления – 2-3 страницы.</p>
Контрольная работа	<p>Контрольная работа – оригинальное сочинение небольшого размера, в котором излагаются конкретные результаты изучения обучающимся дисциплины (результаты собственного исследования по конкретной теме). В ходе написания контрольной работы обучающийся приобретает навыки самостоятельной работы с научной, учебной и специальной литературой, учится анализировать источники и грамотно излагать свои мысли. Выполнение контрольной работы включает ряд этапов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбор темы и подбор научных источников; • изучение научной литературы, анализ и обобщение материалов по проблеме исследования; • формулирование основных положений и выводов; • оформление контрольной работы. <p>Оформление является завершающим этапом контрольной работы. Выбор темы и подбор источников должен быть согласован с научным руководителем, ведущим предмет. На основе собранного материала уточняется структура, содержание и объем контрольной работы. Технические требования к работе: объем 10-12 страниц машинописного текста, отпечатанного через 2 интервала (или в рукописной форме – 12-15 страниц). Контрольная работа должна иметь: титульный лист, содержащий: название работы, Ф.И.О. автора и научного руководителя, название факультета, курса, год и место написания, содержание на отдельной странице, нумерацию страниц. Структура контрольной работы включает: заголовок, введение, основную часть (изложение двух вопросов), заключение, список использованной литературы.</p> <p>Заголовок (название) отражает тему данного сочинения и</p>

	соответствует содержанию. Введение (вводная часть) должно быть кратким и точным. В нем обосновывается выбор темы, формулируется цель работы. Основная часть делится на главы в соответствии с задачами работы. Дается определение понятиям исследуемых явлений и процессов, раскрываются их сущность и особенности. В небольшой работе части могут не выделять, но каждая новая мысль оформляется в новый абзац. Заключение имеет форму выводов, соответствующих этапам исследования, или форму резюме.
Подготовка к зачёту	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче зачета - это повторение всего материала дисциплины. При подготовке к сдаче зачета обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к зачету обучающийся вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу. Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах (тестах) зачета. Зачет проводится по вопросам (тестам), охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Управление коммуникациями в организации» необходимо использование следующих помещений:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения (мебель аудиторная (столы, стулья, доска), стол, стул преподавателя) и технические средства обучения (персональный компьютер; мультимедийное оборудование);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

10.1 Лицензионное программное обеспечение:

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
3. Программный пакет Microsoft Office 2007 — лицензия № 45829385 от 26.08.2009;
4. Программный пакет Microsoft Office 2010 Professional — лицензия № 48234688 от 16.03.2011;
5. Программный пакет Microsoft Office 2010 Professional — лицензия № 49261732 от 04.11.2011;
6. Комплексная система антивирусной защиты DrWEB Entrprise Suite — лицензия № 126408928;
7. 1С: Бухгалтерия 8 учебная версия — лицензионный договор № 01/200213 от 20.02.2013;
8. Программный комплекс IBM SPSS Statistic BASE — лицензионный договор № 20130218-1 от 12.03.2013;
9. Программный пакет LibreOffice — свободная лицензия Lesser General Public License
10. Корпоративная платформа Microsoft Teams. Проприетарная лицензия.

10.2. Электронно-библиотечная система:

Электронная библиотечная система (ЭБС): <http://www.iprbookshop.ru/>

10.3. Современные профессиональные баз данных:

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>
2. Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" <http://www.ict.edu.ru>
3. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru/>
4. Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>
5. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>
6. Web of Science Core Collection — политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных — <http://webofscience.com>
7. Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН) <http://neicon.ru>
8. Базы данных издательства Springer <https://link.springer.com>
9. www.minfin.ru Сайт Министерства финансов РФ

10. <http://gks.ru> Сайт Федеральной службы государственной статистики
11. www.skryn.ru База данных СКРИН (крупнейшая база данных по российским компаниям, отраслям, регионам РФ)
12. www.cbr.ru Сайт Центрального Банка Российской Федерации
13. <http://moex.com/> Сайт Московской биржи
14. www.fcsn.ru Официальный сайт Федеральной службы по финансовым рынкам (ФСФР)
15. www.rbc.ru Сайт РБК («РосБизнесКонсалтинг» - ведущая российская компания, работающая в сферах масс-медиа и информационных технологий)
16. www.expert.ru Электронная версия журнала «Эксперт»
17. <http://ecsn.ru/> «Экономические науки»

10.4. Информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Консультант+»
2. Информационно-справочная система «LexPro»
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>
4. www.garant.ru Информационно-правовая система Гарант

11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в ОАНО ВО «МПСУ». В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами не визуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура; экранная лупа OneLoupe; речевой синтезатор «Голос».

12.Лист регистрации изменений

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета от «22» марта 2021 г. протокол №5

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 г. N 954.	Протокол заседания Ученого совета от «22» марта 2021 года протокол №5	01.09.2021
2.			
3.			