

**КАМЕНСКИЙ ФИЛИАЛ
АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра экономики и менеджмента

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**


«Коммуникационный менеджмент»

по подготовке бакалавров

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Менеджмент организации
форма обучения заочная

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики и менеджмента «01» сентября 2017 года, протокол № 1

Заведующий кафедрой экономики и менеджмента
 к.ф.н., доцент Николаева Л.Ю.

РАЗДЕЛ 1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью преподавания учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является подготовка специалиста, знающего теорию и практику коммуникационного менеджмента, умеющего использовать свои знания для оптимизации деятельности любой организации, лоббирования ее интересов в условиях кризиса; формирование у студентов понимания важности и необходимости деятельности специалиста по связям с общественностью в экономической, политической, социальной сферах жизни общества.

Задачи изучения дисциплины:

- сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявление альтернатив по достижению целей; стратегическое планирование; выбор аудиторий и средств коммуникации;
- организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль результатов; сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов.
- участие в формировании бюджета, оценка эффективности и результата;
- работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.
- этнопсихологические и этноконфликтологические особенности управления в многонациональных коллективах, оценка эффективности управления персоналом.

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» предназначена для подготовки специалистов высшей квалификации в области принятия широкого спектра решений по организации разработки и внедрения стратегических решений на всех стадиях жизненного цикла предприятий: от научных исследований до маркетинговой поддержки и сопровождения.

РАЗДЕЛ 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП БАКАЛАВРИАТА

Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к базовой части дисциплин образовательной программы. Дисциплина способствует формированию профессиональных компетенций организационно-управленческой и предпринимательской деятельности.

Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент» изучается на 1 курсе, в 1 и 2 семестрах. Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

Для изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате изучения таких дисциплин, как «Введение в профессию», «Теория организации и др.

Знания, полученные в результате изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент», необходимы для освоения таких предметов, как «Теория менеджмента», «Социология и психология управления», «Организационное поведение», «Управление человеческими ресурсами» и др..

РАЗДЕЛ 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

В результате освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» обучающийся должен овладеть следующими профессиональными компетенциями:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации – ОК-4;
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) – ПК-12.

Планируемые результаты освоения компетенций

Код и содержание компетенции	Планируемые результаты
ОПК-4 - способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.	<p>Знать: коммуникационную среду предприятия; фазы коммуникационного процесса; законы коммуникации; методы сбора и обработки информации;</p> <p>Уметь: разрабатывать и обосновывать варианты эффективных решений по совершенствованию управленческих коммуникаций; разрабатывать программы и сценарии церемоний и приемов;</p> <p>Владеть: навыками преодоления недостатков в коммуникациях; умением проектирования структуры сообщения.</p>
ПК-12 - умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).	<p>Знать: правила подготовки сообщений; этапы формирования общественного мнения; основные способы привлечения внимания общественности;</p> <p>Уметь: проводить самостоятельные исследования состояния коммуникативной среды организации; проявлять гражданственность, толерантность и высокую общую культуру в общении с подчиненными и сотрудниками всех уровней;</p> <p>Владеть: умением изучения и формирования общественного мнения.</p>

РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Дисциплина предполагает изучение 13 тем. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Общий объем учебной дисциплины

Форма обучения	Семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем			Сам. работа	Промеж. аттестация
		В з.е.	В часах	всего	лекции	Практ. занятия		
заочная	1,2	3	108	12	4	8	87	9

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем				Из них с использов. интеракт. технол.	Самост. работа	Результаты обучения
			Всего	лекции	практ. занят.	Пром. ат-ция			
1	Тема 1. Коммуникационный менеджмент-основа управления коммуникациями в организации	8	2	2			6	ОПК-4 - 31	
2	Тема 2. Сущность коммуникации, коммуникационный менеджмент как процесс	8				1	7	ПК-12 - 31	
3	Тема 3. Роль коммуникации и информации в управлении	8				1	7	ОПК-4 - У1	
4	Тема 4. Эффективность управления коммуникациями	8				1	7	ПК-12 - У1	
5	Тема 5. Коммуникационная сеть. Типы коммуникационных сетей	8	2		2		6	ОПК-4 - В1	
6	Тема 6. Управление внешними коммуникациями (лоббирование)	8	2		2		6	ПК-12 - В1	

7	Тема 7. Маркетинговая среда организации.	8				1		7	ОПК-4 – 32
8	Тема 8. Спонсорство как внешний коммуникационный канал организации	8				1		7	ПК-12 - 32
9	Тема 9. Управление организацией посредством корпоративной культуры	8				1		7	ОПК-4 - У2
10	Тема 10. Корпоративная культура и менеджмент качества	8	2	2		1		5	ПК-12 - У2
11	Тема 11. Менеджмент качества в организации	8	2		2			6	ОПК-4 – В2
12	Тема 12. Клиентоориентированный менеджмент	10				1		9	ПК-12- В2
13	Тема 13. Работа с персоналом	10	2		2	1	2	7	ОПК-4 – 33
Экзамен									
Итого:		108	12	4	8	9	2	87	

РАЗДЕЛ 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ

Тема 1. Коммуникационный менеджмент - основа управления коммуникациями в организации

Понятие коммуникационного менеджмента. Соотношение понятий коммуникация и информация. Анализ информационно-коммуникативных и человеческих факторов. Научные подходы, которые необходимо использовать для понимания сущности коммуникационного менеджмента – системный подход, комплексный подход, интеграционный подход, маркетинговый подход, функциональный подход, воспроизводственный подход, нормативный подход, административный подход, поведенческий подход.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 2. Сущность коммуникации, коммуникационный менеджмент как процесс

Понятие коммуникации. Коммуникация как важный инструмент человеческих отношений.

Типы коммуникаций. Коммуникационный менеджмент как процесс - постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявления альтернатив по решению целей; стратегическое планирование; выбор аудиторий и средств коммуникации; организация работ по реализации планов; мотивация участников; контроль результатов; сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов. Формирование бюджета, оценка эффективности и результатам

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 3. Роль коммуникации и информации в управлении

Файоль об основных функциях управления. Понятие организации. Основная функция всякой организации. Организация как система и подсистема.

Внутренняя среда организации. Управленческая информация в организации. Типы управленческой информации.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 4. Эффективность управления коммуникациями

Понятие коммуникационной сети. Коммуникационные каналы. Коммуникативное пространство в организации. Коммуникационный стиль.

Стиль и ориентация руководства. Коммуникационные проблемы и коммуникационные потребности организации.

Образцы коммуникационных сетей.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 11. Менеджмент качества в организации

Европейские стандарты качества. Специфика менеджмента качества в зависимости от деятельности организации.

Анализ вертикальных, горизонтальных, диагональных и сетевых коммуникаций в университете.

Роль помех и слухов при решении проблем организации. Значение стратегического менеджмента.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 12. Клиентоориентированный менеджмент

Ориентация на удержание клиентов. Обеспечение роста продаж за счет повышения интенсивности потребления своей продукции уже существующими клиентами.

Индивидуальные коммуникации с клиентами.

Учет персональных потребностей каждого потребителя и предложения ему наибольшей ценности.

Интенсификация отношений между потребителем и компанией.

Развитие клиентоориентированных коммуникаций как расширение комплекса функций коммуникационного менеджмента.

Тема 13. Работа с персоналом

Управление внутренними коммуникациями в организации посредством изучения целевых групп организации.

Проведение социологических и социально-психологических исследований для выявления различных уровней персонала.

Методика целенаправленной работы с различными уровнями персонала и микроммуникационными сетями.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Темы практических занятий

Занятие №1.

Типы коммуникационных сетей в организации.

Все студенты делятся на три группы, каждая группа должна выбрать организацию.

Задание:

- 1) составить коммуникационную сеть выбранной организации,
- 2) представить мини проект управления коммуникационными сетями,
- 3) прокомментировать эффективность управления представленной коммуникационной сетью.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Занятие №2.

Анализ внешних коммуникаций в организации

Проанализировать механизмы действия каждой из внешних коммуникаций. Подготовить доклады, ориентируясь на внешние связи организации:

- 1) финансовые круги;
- 2) средства массовой коммуникации;
- 3) государственные учреждения;
- 4) гражданские группы людей (защитники окружающей среды, представители нацменьшинств, ассоциации потребителей);
- 5) местные контактные аудитории;
- 6) широкая публика;
- 7) внутренние контактные аудитории.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Занятие №3.

Менеджмент качества в организации

Программа построения системы качества Э. Деминга, 3 аксиомы Деминга.

Семинар по названной проблеме, доклады на семинаре с последующим обсуждением.

Темы докладов:

1. Принципы Э. Деминга по управлению организацией.
2. Принципы Деминга и корпоративная культура.
3. Характеристика Всемирных премий качества.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Занятие №4.

Работа с персоналом

Темы для обсуждения:

1. Методология организации системы управления персоналом.
2. Кадровая политика организации.
3. Прием и найм персонала, отбор кадров.
4. Профессиональная ориентация и адаптация персонала.
5. Деловая карьера и ее развитие.
6. Повышение квалификации персонала.
7. Мотивация персонала организации.

На семинарском занятии обсуждаются перечисленные вопросы и ставятся проблемы для рефератов, которые студенты готовят к следующему занятию.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

РАЗДЕЛ 6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Темы докладов к практическим занятиям

1. Роль корпоративной культуры в организации.
2. Технологии включения человека в систему организации и корпоративную культуру.
3. Роль ценностных ориентаций в корпоративной культуре организации.
4. Корпоративная культура, ее составляющие.
5. Функционально-целевая природа организации.
6. Типы коммуникаций в организации.
7. Коммуникативная сеть в организации, ее основные составляющие.
8. Корпоративная культура и субкультуры в организации.
9. Управленческая информация. Типы управленческой информации.
10. Использование современных информационных технологий в управлении организацией.
11. Международный менеджмент.
12. Использование неформальных структур в управлении организацией.
13. Роль менеджмента качества в организации.
14. Управление коммуникациями посредством ритуалов, традиций и праздников в организации.
15. Оптимизация управления коммуникациями посредством кодекса организации.
16. Информационные помехи в коммуникационном пространстве организации.
17. Роль связи менеджмента качества с миссией компании.
18. Всемирные премии качества. Сравнительный анализ.
19. Основные факторы, определяющие внутреннюю среду организации.
20. Внешняя среда организации, ее структура.
21. Значение менеджмента качества для успешного развития организации и оптимального ее продвижения на рынке.
22. Основные ресурсы организации.

Задания для самостоятельной работы

Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией

Ответьте на вопросы:

1. Каковы внеэкономические факторы, определяющие успех современного бизнеса?
2. Каким образом коммуникационные проблемы влияют на развитие организации?
3. Какие управленческие процедуры и операции включает коммуникационный менеджмент?
4. Что такое паблиситный капитал? Как происходит его накопление?

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте

Ответьте на вопросы:

1. Что такое коммуникологические исследования?
2. Охарактеризуйте поисковые, описательные и объяснительные исследования.
3. Охарактеризуйте каждый из приемов сбора данных для коммуникологического исследования.
4. Опишите специфику использования универсальных пакетов анализа статистических данных: STATISTICA, STATGRAPHICS, Excel и др.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента

Ответьте на вопросы:

1. Каковы основные особенности известных вам коммуникативных технологий, исходя из стандартной схемы коммуникативного процесса: Источник сообщения - сообщение - кодирование - канал передачи - декодирование - адресат.
2. Какие шумы и помехи встречаются при передаче информации в рамках соответствующих коммуникативных технологий? Как их избежать?
3. Какие модели использования коммуникации в управлении организацией вам известны?
4. Опишите основные стратегии симметричного управления коммуникациями.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии

Ответьте на вопросы:

1. Какова специфика оценки эффективности в коммуникационных программах по сравнению с экономическими?
2. Каковы основные принципы, на которые необходимо опираться при оценке коммуникационных программ?
3. Каким образом применяются при оценке коммуникативной программы степень реализации целей, экономичность использования средств и степень рационализации выдвигаемых целей?
4. Какие критерии и компоненты социальной среды необходимо учитывать при оценке эффективности коммуникативной программы?

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

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

Ответьте на вопросы:

1. Каковы задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования?
2. Назовите известные вам виды коммуникационных стратегий. В каких условиях они осуществляются?
3. Охарактеризуйте основные этапы подготовки и проведения информационной кампании.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации.

Ответьте на вопросы:

1. Что такое общественное мнение с точки зрения теории коммуникации? С точки зрения социологии?
2. Как взаимосвязаны в структуре общественного мнения рациональное - иррациональное; сознательное - стихийное; наличие - недостаток информации по проблеме; конкретность - абстрактность; динамизм — консерватизм?
3. Охарактеризуйте каждый из уровней детерминации общественного мнения.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

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

Ответьте на вопросы:

1. Что такое итоги коммуникационной кампании? Приведите примеры.
2. Что такое результаты коммуникационной кампании? Приведите примеры.
3. Каковы методы измерения итогов и результатов?

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент

Ответьте на вопросы:

1. Сформулируйте определение понятия «корпоративная культура».
2. Какое понятие на ваш взгляд шире - организационная или корпоративная культура?
3. Перечислите и охарактеризуйте основные организационные ценности.
4. Каковы методы продвижения корпоративной культуры на предприятии?
5. Назовите основные элементы знаковой культуры на предприятии. В каких корпоративных мероприятиях они используются?

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе

Ответьте на вопросы:

1. Сформулируйте основные особенности коммуникационного менеджмента в промышленности и бизнесе.
2. Какие функции в предприятии выполняет специалист, занимающийся технологическим направлением в коммуникационном менеджменте?
3. Какие функции в предприятии выполняет специалист, занимающийся репутационно-имиджевым направлением в коммуникационном менеджменте?
4. Какую роль выполняет коммуникационный менеджмент в маркетинговой политике предприятия?
5. Какова оптимальная структура отдела корпоративной коммуникации на предприятии?

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях

Ответьте на вопросы:

1. Каковы задачи коммуникационного менеджмента в государственных и муниципальных органах власти?
2. Каково содержание деятельности по связям с общественностью в государственных и муниципальных органах власти? Как она соотносится с коммуникационным менеджментом?
3. Поясните понятия «политический и социальный маркетинг».
4. Какова структура отдела коммуникационного менеджмента в органах власти?
5. Перечислите условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.

Литература: основная 1-3; дополнительная 1-10.

Перечень контрольных вопросов для проверки самостоятельной работы

1. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента.
2. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.
3. Понятие репутации и ее роль в корпоративном управлении. Репутационный менеджмент.
4. Структура коммуникационной программы.
5. Понятие и типологии ключевых аудиторий.
6. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации.
7. Принципы составления бюджета коммуникационной кампании.
8. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций.
9. Методы сбора социальной информации в КМ.
10. Понятие лоббизма, его основные формы и методы.
11. Системный подход в коммуникационном менеджменте.
12. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.
13. Принципы разделения труда в коммуникационном менеджменте и связь форм организации коммуникативной деятельности с особенностями деловой среды.
14. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.
15. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти.
16. Структура и функции департамента информации и печати МИД РФ.
17. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.
18. Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом.
19. Внутренние средства коммуникации: специфика, разнообразие, функции.
20. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
21. Многонациональные коллективы: этнопсихологические особенности менеджмента.
22. Взаимодействие со СМИ: двусторонняя коммуникация.
23. Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях.
24. Интернет как новая коммуникативная среда.
25. Современный российский рынок коммуникационных услуг. Принципы подбора консультативного агентства.
26. Компания и журналисты: соперники или партнеры?

Задания для текущего контроля по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

№	Задание на выбор единственного ответа	Варианты ответов
1.	Вид благотворительной деятельности, включающий покровительство, не только финансовое, но и организационное, оказываемое на долговременной и стабильной основе.	1. спонсорство 2. меценатство 3. патронаж
2.	Лоббирование – это:	1. процедура вмешательства в конфликт, в ходе которой его участники с помощью нейтрального посредника пытаются достичь приемлемого соглашения. 2. технология влияния на законодательные органы власти с целью продвижения своих интересов. 3. совокупность учреждений и средств деятельности, позволяющих выполнять функции, направленные на удовлетворение потребностей групп индивидов и регулирующих их поведение. 4. институционализированные стремления людей получить доступ к политической власти и использовать ее в своих личных или групповых целях.

3.	Исследователи выделяют шесть функций сообщений и коммуникативных актов, мы перечислим четыре, назовите еще две?	1.предупреждение. 2.совет. 3.информация. 4.убеждение. 5.? 6.?
4	Коммуникационный процесс – это:	1.Непрерывное паралингвистическое взаимодействие 2.Просто человеческое общение.
5	Языковые функции коммуникации изучал австралийский лингвист М. А. К. Хэллiday. Модель Хэллiday содержит три макрофункции.	1. Идеациональная 2. Межличностная и 3. ?
6	К непосредственному лоббированию относятся:	1. Влияние на законодателей со стороны СМИ 2. Влияние на законодателей путем прямой защиты интересов 3. Влияние на законодателей писем и жалоб населения 4. Проведение пикетов, митингов
7	Коммуникантами могут быть:	1. человеческие индивиды 2. общественные институты (общественные организации, партии, фирмы, правительства и т. п.).
8	Какая система обратной связи наиболее эффективна	1. ящики для предложений. 2. интернет. 3. телефонная сеть
9	Коммуникативная ситуация - это	1. совокупность обстоятельств, положение и обстановка, в которых совершается коммуникативный процесс. 2. взаимодействие между индивидами
10	Модель коммуникации - это:	1. образец для изготовления чего-либо, воспроизведение или схема чего-нибудь в уменьшенном виде по сравнению с оригиналом . 2. слепок с действительности
11	Организация - это	1. социальный институт 2. деятельность, включающая распределение функций, координацию каких-либо действий 3. характеристика степени упорядоченности какого-либо объекта
12	Основоположник теории менеджмента А.Файоль характеризовал функции управления как	1.предвидение 2.организовывание 3.руководство 4.координирование 5. ?
13.	Технологии «спиндоктор» включают:	1 до-спин 2 после-спин 3 торнадо-спин 4 контроль кризиса 5 уменьшение ущерба 6 борьбу с инфляцией.
14	Кризис-менеджмент - это	1. Искусство овладения сложной ситуацией, устранение большей степени риска и неопределенности, позволяющее подчинить своей воле большинство нежелательных процессов и добиться контроля над происходящим. 2. Прекращение нормального процесса, и непредвиденное событие, ставящее под угрозу стабильность предприятия, и внезапное серьезное происшествие, обладающее потенциалом повредить или даже разрушить репутацию компании. 3. Тип социальных взаимоотношений, появляющийся из потенциально возможных или реальных столкновений субъектов на почве тех или иных противоречивых интересов, ценностей. Это тип отношений постоянно присутствующий и

		не поддающийся устранению.
15	Факторы, определяющие внутреннюю среду организации это:	1) структура организации; 2) ее цели, задачи; 3) различные технологии, в том числе и коммуникативные; 4) персонал организации. 5) гражданские группы людей
16	Технологии «спиндоктор» могут	1. ускорять события 2. корректировать события. 3. уничтожать события
17	Цель спонсорства –	1. реклама 2. престиж 3. развлечение
18	Контактные аудитории это -	1.любая группа 2.группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации 3.группа, которая препятствует усилиям организации
19	Спонсорство – это	1.Добровольная деятельность граждан или юридических лиц по бескорыстной передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг. 2. Осуществление юридическим или физическим лицом вклада в деятельность другого юридического или физического лица на условиях распространения последним рекламы о том кто оказывает поддержку. 3.Целенаправленный систематический поиск средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально значимых институтов.
20	Кем были разработаны принципы TQM?	1. Болбриджем. 2. Э.Демингом. 3. Шюши Саба.
21	Основные элементы корпоративной культуры это –	1. миссия организации. 2. философия организации. 3. кодексы организации. 4. связи с общественностью.
22	Какой системой менеджмента качества руководствуется Томский политехнический университет?	1.европейской. 2.американской. 3.японской. 4. всеми.
23	Информационный менеджмент - это	1.оценка сбора информации. 2.степень применения бенчмаркинга. 3.принятие стратегических решений.
24	Корпоративная культура и кодексы организации - это	1. одно и то же. 2. они взаимосвязаны. 3. исключают друг друга. 4. (обоснуйте свою точку зрения)
25	Стереотип - это	1. Восприятие образа организации, ее руководителя, сотрудников, ее политики или деятельности, внешней и внутренней общественностью организации. 2. Сложившееся в сознании потребителей мнение об организации, ее товарах и услугах, вызывающее соответствующую реакцию людей. 3. Сложившиеся в массовом сознании и знакомые всем образцы, сквозь призму которых воспринимается реальность и вызывается соответствующая реакция людей.

26	Клиентоориентированный менеджмент предполагает	<ol style="list-style-type: none"> 1. организацию и направление работы в целом, контроль над исполнителями. 2. качество как результат индивидуальных усилий работников. 3. качество как результат взаимодействия всех систем организации. 4. улучшение системы и оптимизация работы с клиентами.
27	Наиболее благоприятной областью для спонсирования является	<ol style="list-style-type: none"> 1. Детские мероприятия 2. СМИ 3. Медицина и здравоохранение 4. Образование 5. Спорт
28	Клиентоориентированные коммуникации - это	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сотрудничество, основанное на отношениях. 2. индивидуальные коммуникации с клиентами. 3. борьба мнений.
29	Клиентоориентированный менеджмент - это	<ol style="list-style-type: none"> 1. интегрированные маркетинговые коммуникации (Дон Шульц); 2. управление отношениями «один на один» (Дон Пепперс и Марта Роджерс); 3. маркетинг в реальном времени (Реджис Маккенна); 4. близость к потребителю (Майкл Триси и Фред Вирсема)
30	Какие принципы клиентоориентированного менеджмента сформулировал Г.Греф в письме к сотрудникам Сбербанка?	<ol style="list-style-type: none"> 1. эффективность каждодневных дел. 2. оптимизация стиля организации. 3. самооценка каждым сотрудником своей работы. 4. наличие обратной связи.

РАЗДЕЛ 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценивание и контроль сформированности компетенций по дисциплине осуществляется с помощью текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

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

Перечень компетенций, формируемых дисциплиной	
ОПК-4; ПК-12	
Этапы формирования компетенций	
Название и содержание этапа	Коды формируемых компетенций
<p>Этап 1. Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — коммуникационную среду предприятия; — фазы коммуникационного процесса; — законы коммуникации; — методы сбора и обработки информации; — правила подготовки сообщений; — этапы формирования общественного мнения; — основные способы привлечения внимания общественности. 	ОПК-4; ПК-12

<p>Этап 2. Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — разрабатывать и обосновывать варианты эффективных решений по совершенствованию управленческих коммуникаций; — разрабатывать программы и сценарии церемоний и приемов; — проводить самостоятельные исследования состояния коммуникативной среды организации; — проявлять гражданственность, толерантность и высокую общую культуру в общении с подчиненными и сотрудниками всех уровней. 	ОПК-4; ПК-12
<p>Этап 3. Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> — преодоления недостатков в коммуникациях; — проектирования структуры сообщения; — изучения и формирования общественного мнения. 	ОПК-4; ПК-12

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

Коды компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций			
			Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
ОПК-4	<p>Z1 - Знать различные виды коммуникаций</p> <p>У1 - Уметь управлять коммуникативным процессом в качестве специалистов PR-отделов промышленных, финансовых, государственных и некоммерческих организаций использовать современные методы обработки деловой информации</p> <p>У2 - Уметь самостоятельно выделить основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями</p> <p>B1 - Владеть навыками организации коммуникационных мероприятий</p> <p>B2 - Владеть навыками управления коммуникационными процессами</p>	<p><u>Пороговый уровень:</u> Показатели усвоения знаний содержат описание действий, отражающих работу с информацией, выполнение различных мыслительных операций.</p> <p><u>Базовый уровень:</u> Показатели для проверки освоения умений содержат требования к выполнению отдельных действий и/или операций.</p> <p><u>Повышенный</u></p>	Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины учебные	Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины	Теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство	Теоретическое содержание дисциплины не освоено. Необходимые практические навыки работы не сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины учебные задания выполнены с грубыми ошибками.

ПК-12	31 - Знать различные виды коммуникаций 32 - Знать принципы проведения коммуникационных кампаний У1 - Уметь проводить коммуникационные мероприятия У2 - Уметь оценивать эффективность проведенных мероприятий В1 - Владеть навыками проведения коммуникационных кампаний В2 - Владеть навыками применения коммуникативных технологий в процессе деятельности PR-агентств и PR-отделов различных видов организаций.	уровень: Наименования данных результатов обучения включают характеристику навыков, приобретенных в процессе решения профессиональных задач.	задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	ы учебные задания выполнены, качество выполнения одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.	предусмотренных рабочей программой дисциплины учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.	Дополнительная самостоятельная работа над материалами дисциплины не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий
-------	--	--	--	---	---	--

7.3. Шкалы оценивания результатов обучения

Оценивание результатов промежуточного контроля (экзамен)

Уровень знаний определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» - студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний.

Оценка «хорошо» - студент показывает глубокие знания программного материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В тоже время при ответе допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» - студент показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуется уточняющие вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» - студент показывает недостаточные знания программного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом.

Оценивание результатов письменного опроса на практическом занятии

«Отлично» – вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия дисциплины в соответствии с теоретическим материалом.

«Хорошо» – вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» – вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» – ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.

Оценивание результатов тестирования

«Отлично» – 80-100% правильных ответов.

«Хорошо» – 51-79% правильных ответов.

«Удовлетворительно» – 35-50% правильных ответов.

«Неудовлетворительно» – 34% и меньше правильных ответов.

Оценивание результатов решения ситуационных задач

«Отлично» – вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия дисциплины в соответствии с теоретическим материалом.

«Хорошо» – вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» – вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» – ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться нормативными правовыми актами.

Оценивание результатов докладов

В эссе должны быть изложены основные проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему.

Оценка эссе проходит по следующим критериям: самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения).

Оценивание результатов участия в деловой игре

«Отлично» - студент ясно представляет себе роль участника игры, предлагает альтернативные варианты решений, включается в процесс моделирования деятельности, взаимодействует с широким кругом участников;

«Хорошо» - студент ясно видит свою роль в игре, но не расширяет зону деятельности, избегает конфликтов и эмоционального напряжения, замыкается на узком направлении в различных видах деятельности;

«Удовлетворительно» - студент не участвует в коллективной выработке решений участниками игры, делает ошибки в принятии решений, ведет себя недостаточно этично по отношению к другим участникам деловой игры;

«Неудовлетворительно» - студент не желает участвовать в деловой игре, не умеет вступать в коммуникацию, ведет себя неэтично по отношению к другим участникам игры.

Итоговый контроль. Вопросы к экзамену

1. Понятие и цели коммуникации.
2. Какие преграды существуют в управлении коммуникациями в организации?
3. Функции коммуникации.
4. Взаимосвязь миссии и качества менеджмента.
5. Коммуникационный менеджмент как процесс.
6. Система качества Э.Деминга. Аксиомы и принципы.
7. Роль обратной связи в процессе коммуникации.
8. Функции корпоративной культуры.
9. Понятие коммуникативной ситуации.
10. Место и роль корпоративной культуры в организации.
11. Двухступенчатый характер коммуникации, концепция функции усиления.
12. Определение и уровни корпоративной культуры.
13. Основные принципы управления коммуникациями.
14. Субкультуры в организации.
15. Определение и структура организации.
16. Элементы, составляющие корпоративную культуру.
17. Организация, типы организации.
18. Роль коммуникационного менеджмента в организации (внешний, внутренний).
19. Что такое лоббирование. В чём особенности российской практики лоббирования.
20. Соотношение понятий «спонсорство» и «меценатство».
21. Типы управленческой информации.
22. Технология «спиндоктор» в коммуникативном процессе.

23. Понятие лоббизма. Цели и задачи лоббистов. Содержание работы лоббистов. Основные методы лоббирования.
24. Информационный менеджмент.
25. Мотивация персонала организации.

РАЗДЕЛ 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Горфинкель В.Я. Коммуникации и корпоративное управление [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ Горфинкель В.Я., Горошцов В.С., Швандар В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 128 с. гриф УМЦ — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52617>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Коробко В.И. Теория управления [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Государственное и муниципальное управление», «Менеджмент организации»/ Коробко В.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 383 с. гриф УМЦ — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52574>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Попович А.М. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Попович А.М., Попович И.П., Люфт С.А.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2015.— 508 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59632>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература:

1. Болдырихин О.В. Характеристики линейных систем управления [Электронный ресурс]: методические указания к лабораторным работам по дисциплине «Основы теории управления»/ Болдырихин О.В.— Электрон. текстовые данные.— Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015.— 32 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57623>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Борисенко В.П. Методы разработки управленческих решений. Речевые коммуникации в управлении. Деловые коммуникации. Выпуск 8 [Электронный ресурс]: глоссарий/ В.П. Борисенко [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2014.— 158 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39688>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Дорошенко В.Ю. Психология и этика делового общения (5-е издание) [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов/ В.Ю. Дорошенко [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 419 с. гриф МО, УМЦ.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52575>
4. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс]: учебник для магистров/ Кметь Е.Б.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 183 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54491>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Курганская М.Я. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: курс лекций/ Курганская М.Я.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2013.— 121 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22455>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Марусева И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Марусева И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39000>

7. Меркулова Н.В. Business Communication and Correspondence. Деловая коммуникация и коммерческая корреспонденция [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Меркулова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 101 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22672>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
8. Решетникова К.В. Конфликты в системе управления [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организаций», «Государственное и муниципальное управление», «Управление персоналом»/ Решетникова К.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.— 175 с. гриф УМЦ, гриф НИИ — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20965>.— ЭБС «IPRbooks»
9. Сахнюк Т.И. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2013.— 92 с. Гриф — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47297>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
10. Титова Л.Г. Технологии делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (080100)/ Титова Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 239 с. гриф УМЦ — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52576>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

РАЗДЕЛ 9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<http://www.biblioclub.ru/cats/main/book/45065/>
<http://www.minzdravsoc.ru/ministry/govserv/vacancy/31>
<http://ru.wikipedia.org>

РАЗДЕЛ 10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент» обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн, «Положением о порядке обучения студентов - инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным приказом ректора от 6 ноября 2015 года №60/о, «Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи» АНО ВО «Российский новый университет» от 20 мая 2016 года № 187/о.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом их индивидуальных психофизиологических особенностей и специфики приема-передачи учебной информации.

С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.



Автор (составитель) зав.каф., к.ф.н. доцент Николаева Л.Ю.
 (должность, фамилия, подпись)