Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"""
Действителен: с 28.05.2026 по 28.08.2027

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАМЕНСКИЙ ФИЛИАЛ
АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Коммуникационный менеджмент»

Код и направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Организация и управление бизнесом

Автор (составитель): ст. преподаватель Иванкова Л.В.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры экономики и менеджмента
«14» января 2026 года, протокол №6

Зам. директора по УМР
Черкасова Н.Н.

Каменск-Шахтинский
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Организация и управление бизнесом в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 N 970 (ФГОС ВО 3++).

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

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а также учитывает их образовательные потребности.

Задачи учебной дисциплины "Коммуникационный менеджмент"

- исследовать предмет и содержание коммуникационного менеджмента;
- изучить содержание корпоративных коммуникаций;
- освоить принципы управление коммуникациями с ключевыми группами общественности;
- исследовать основы управления внутрифирменными коммуникациями;
- изучить технологии коммуникационного менеджмента.

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а также учитывает их образовательные потребности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности определенных профессиональным стандартом «Бизнес-аналитик», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 25 сентября 2018 г. N 592 н.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Коммуникационный менеджмент относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений и изучается на 1 курсе.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предшествующие дисциплины

Введение в профессию

Методы научного исследования

Экономическая теория

Параллельно изучаются

История и теория менеджмента

2.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом

Теория организации и организационное поведение

Маркетинг

Психология общения

Управление деловой средой организации

Командообразование и методы групповой работы

Международный менеджмент и маркетинг

Теория и практика антикризисного управления

Управление рекламной деятельностью организации

Управление продажами

Цифровой бизнес и электронная торговля

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен овладеть:

- ***Способен осуществлять коммуникацию с заинтересованными сторонами, направленную на повышение эффективности бизнеса (ПК-8)***

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения	Код результата обучения
Способен осуществлять коммуникацию с заинтересованными сторонами, направленную на повышение эффективности бизнеса (ПК-8)	**Знать:**	
	предмет и содержание коммуникационного менеджмента как механизма осуществления коммуникации с заинтересованными сторонами, направленную на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-З1
	содержание корпоративных коммуникаций с заинтересованными сторонами, направленных на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-З2
	принципы управления коммуникациями с ключевыми группами общественности, направленными на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-З3
	технологии коммуникационного менеджмента, формирующие внутрифирменные коммуникации, направленные на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-З4
	основы формирования коммуникации с заинтересованными сторонами для создания позитивного имиджа организации, направленной на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-З5
	технологии коммуникационного менеджмента, формирующие коммуникацию с заинтересованными сторонами, направленную на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-З6
	Уметь:	
	осуществлять коммуникацию с заинтересованными сторонами, основанной на положениях коммуникационного менеджмента и направленной на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-У1
	формировать корпоративные коммуникации с заинтересованными сторонами, направленные на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-У2
	осуществлять коммуникацию с ключевыми группами общественности, направленную на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-У3

	организовывать внутрифирменные коммуникации, направленные на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-У4
	координировать коммуникации с заинтересованными сторонами для создания позитивного имиджа организации, направленные на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-У5
	применять технологии коммуникационного менеджмента, формирующие коммуникацию с заинтересованными сторонами, направленную на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-У6
	Владеть:	
	навыками осуществления коммуникации с заинтересованными сторонами, основанной на положениях коммуникационного менеджмента и направленной на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-В1
	приёмами формирования корпоративных коммуникаций с заинтересованными сторонами, направленными на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-В2
	опытом осуществления коммуникации с ключевыми группами общественности, направленной на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-В3
	навыками организации внутрифирменной коммуникации, направленной на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-В4
	методами координации коммуникации с заинтересованными сторонами для создания позитивного имиджа организации, направленные на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-В5
	технологиями коммуникационного менеджмента, формирующими коммуникацию с заинтересованными сторонами, направленную на повышение эффективности бизнеса	ПК-8-В6

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

№	Форма обучения	Семестр	Общая трудоёмкость		В том числе контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. работа	Форма промежуточной аттестации
			В з.е.	В часах	всего	Лекции	Сем	КоР	Конс	Э			
1	заочная	2	3	108	10	4	4	1,7		0,3	3,7	94,3	зачет
2	очно-заочная	2	3	108	14	8	4	1,7		0,3		94	зачет

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

заочная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Лекц	Сем	КоР	Конс	Э			
1	Предмет и содержание коммуникационного менеджмента	17	1	1						16	ПК-8-З1, ПК-8-У1, ПК-8-В1
2	Корпоративные коммуникациика коснова коммуникационного менеджмента	17	1	1						16	ПК-8-З2, ПК-8-У2, ПК-8-В2
3	Управление коммуникациям исключевыми группамиобщественности	18	2		2					16	ПК-8-З3, ПК-8-У3, ПК-8-В3
4	Управление внутрифирменными коммуникациями	18	2		2					16	ПК-8-З4, ПК-8-У4, ПК-8-В4
5	Создание имиджа организации	16	1	1						15	ПК-8-З5, ПК-8-У5, ПК-8-В5
6	Технологии коммуникационного менеджмента	16,4	1	1						15,4	ПК-8-З6, ПК-8-У6, ПК-8-В6
7	Промежуточная аттестация (экзамен)		2			1,7		0,3			
	Итого:	108	10	4	4	1,7		0,3	3,7	94,3	

очно-заочная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Лекц	Сем	КоР	Конс	Э			
1	Предмет и содержание коммуникационного менеджмента	17	1	1						16	ПК-8-З1, ПК-8-У1, ПК-8-В1
2	Корпоративные коммуникациика коснова коммуникационного менеджмента	17	1	1						16	ПК-8-З2, ПК-8-У2, ПК-8-В2
3	Управление коммуникациям исключевыми группамиобщественности	20	4	2	2					16	ПК-8-З3, ПК-8-У3, ПК-8-В3
4	Управление внутрифирменными коммуникациями	20	4	2	2					16	ПК-8-З4, ПК-8-У4, ПК-8-В4
5	Создание имиджа организации	16	1	1						15	ПК-8-З5, ПК-8-У5, ПК-8-В5

6	Технологии коммуникационного менеджмента	16	1	1						15	ПК-8-З6, ПК-8-У6, ПК-8-В6
7	Промежуточная аттестация (экзамен)		2			1,7		0,3			
	Итого:	108	14	8	4	1,7		0,3		94	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. **Предмет и содержание коммуникационного менеджмента**.

Сущность коммуникационного менеджмента. Определение коммуникационного менеджмента. 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.

Коммуникативный процесс как база коммуникационного менеджмента. Определение коммуникативного процесса как процесса взаимодействия между различными субъектами коммуникации, при котором осуществляется обмен информацией. Базовые элементы коммуникационного процесса: отправитель, сообщение, коммуникационный канал, получатель. Этапы коммуникативного процесса: формирование сообщения, передача, прием, расшифровка, использование информации. Кодирование и декодирование информации. Коммуникационные сети и их разновидности.

Тема 2. **Корпоративные коммуникации как основа коммуникационного менеджмента**.

Процесс общения как основа коммуникаций. Общение как социально-психологическая категория. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления. Основные требования к общению. Основные коммуникативные навыки, повышающие эффективность общения. Коммуникативная культура. Умение слушать. Активное и пассивное слушание. Показатели культуры речи. Социально-психологические умения и обязанности менеджера по коммуникациям.

Методы управления общением. Виды общения в организациях. Вербальное и невербальное общение. Деловая беседа, деловое совещание, публичное выступление, спор, деловая переписка, деловые переговоры. Особенности различных видов делового общения. Способы управления деловым общением: заражение, подражание, внушение, убеждение, принуждение и их характеристики. Правила выбора способа общения. Характеристики целевой аудитории и способ передачи информации. Теоретическая и практическая аргументация в общении.

Тема 3. **Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности**.

Содержание коммуникаций и взаимодействие с потребителями, инвесторами и деловыми партнёрами. Внутренние коммуникации и взаимодействия с персоналом.

Формирование и развитий коммуникаций со средствами массовой информации (СМИ). Обязанности менеджера, ответственного за связи с прессой. Виды материалов для прессы. Информационный повод. Требования, предъявляемые к материалам, предоставляемым в СМИ. Проведение и подготовка брифингов и пресс-конференций. Подготовка интервью для печати и телевидения.

Взаимодействие с органами государственной власти и управления. Принципы взаимоотношений фирмы с органами государственного и местного самоуправления. Связи с общественностью в государственных организациях. Понятие и разновидности GR, его цели и задачи. Лоббизм, частно-государственное партнерство, корпоративная социальная ответственность. Реализация GR в России и за рубежом.

Тема 4. **Управление внутрифирменными коммуникациями**.

Формирование внутрифирменных коммуникаций. Понятие и содержание корпоративной культуры. Ценностные ориентации, верования, ожидания, установки и нормы, лежащие в основе организационной культуры. Характеристики корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Действия менеджеров по формированию и поддержанию корпоративной культуры. Влияние внешней среды на формирование культуры организации. Механизм формирования корпоративной культуры. Направление коммуникационных потоков в условиях изменения корпоративной культуры. Фирменный стиль. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры.

Тема 5. **Создание имиджа организации**.

Корпоративный имидж и его типология. Особенности корпоративного имиджа. Основные подходы к созданию корпоративного имиджа. Технология конструирования корпоративного имиджа. Понятие корпоративного дизайна. Элементы корпоративного дизайна. Влияние на корпоративный имидж внешнего вида и спецодежды персонала. Воздействие корпоративного имиджа на потребителей и персонал организации. Типология корпоративного имиджа. Задачи коммуникационного менеджмента по поддержанию корпоративного имиджа.

Тема 6. **Технологии коммуникационного менеджмента**.

«Черный» PR как средство формирования общественного мнения. Цели и задачи «черного» PR. Признаки информационных сообщений в рамках «черного» PR. Приемы манипулирования информацией. Способы защиты от «черного» PR.

Блеф и манипуляции в PR. Приёмы манипулирования информацией. Методы манипулятивного воздействия.

Управление слухами в организации. Сущность и разновидности слухов. Причины появления слухов. Способы управления слухами.

Антикризисные мероприятия коммуникационного менеджмента. Классификация кризисов организации. Типовые ошибки, допускаемые в кризисных ситуациях. Правила действий менеджеров по коммуникациям в чрезвычайных ситуациях.

Интернет-технологии в коммуникационном менеджменте. Особенности интернета как канала коммуникаций. Технологии развития коммуникаций в Интернете: электронная почта, Интернет-сайты, взаимодействие со СМИ, онлайн-мониторинг, продвижение продуктов, создание специальных событий, связи с инвесторами.

Тема 7. **Промежуточная аттестация (зачёт)**.

1 Сущность коммуникационного менеджмента, его функции и задачи
2 Коммуникационная политика организации
3 Коммуникационные потребности и коммуникационные перегрузки сотрудников организации
4 Коммуникационный процесс и его элементы
5 Виды коммуникационных связей.
6 Характеристика коммуникационных ролей.
7 Коммуникационные сети
8 Обязанности и профессиональные качества менеджера по коммуникациям
9 Процесс общения в коммуникационном процессе и его стороны
10 Коммуникационные барьеры и способы их преодоления
11 Понятие коммуникативной культуры
12 Основные показатели культуры речи
13 Формы делового общения и их краткая характеристика
16 Деловые переговоры как форма коммуникаций между заинтересованными сторонами
17 Социально-психологические методы управления деловым общением
18 Содержание коммуникаций и взаимодействие с потребителями продукта организации (Consumer Relations)
19 Управление отношениями с инвесторами (Investor Relations)
20 Внутренние коммуникации и взаимодействия с персоналом
21 Виды материалов для прессы

22 Сущность пресс-конференций и брифингов и правила их проведения
23 Интервью, их разновидности и правила проведения
24 Виды коммуникаций с органами государственной власти и управления (Government Relations)
25 Лобизм как проявление GR
26 Государственно-частное партнёрство и корпоративная социальная ответственность как формы GR
27 Коммуникативные инструменты взаимодействия организации с органами государственной власти и управления
28 Понятие и содержание корпоративной культуры
29 Типология корпоративной культуры
30 Механизмы формирования корпоративной культуры
31 Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры
32 Понятие корпоративного имиджа
33 Технология конструирования корпоративного имиджа
34 Корпоративные кодексы как часть корпоративного имиджа
35 Воздействие корпоративного имиджа на потребителей и персонал организации
36 «Черный» PR как средство формирования общественного мнения
37 Приёмы манипулирования информацией
38 Управление слухами в организации
39 Антикризисные мероприятия коммуникационного менеджмента
40 Интернет-технологии в коммуникационном менеджменте

Планы семинарских занятий

Тема 1. **Предмет и содержание коммуникационного менеджмента.** Предмет и содержание коммуникационного менеджмента .

Время - 1 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Коммуникационный менеджмент, его функции, цели и задачи
2. Коммуникативный процесс как база коммуникационного менеджмента.
3. Коммуникационные потребности персонала организации.
4. Коммуникационные сети и их разновидности
5. Виды коммуникационных связей в организации
6. Информация как основной элемент коммуникационных систем

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам семинарского занятия.
2. Опишите тенденции развития корпоративных коммуникаций глобальных концернов и крупных предприятий.
3. Подготовьте модель-схему коммуникационных потоков организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.). Разработайте комплекс средств коммуникации, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью.

Тема 2. **Корпоративные коммуникации как основа коммуникационного менеджмента.** Корпоративные коммуникации как основа коммуникационного менеджмента.

Время - 1 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Коммуникационных барьеры в проведении деловых переговоров.
2. Интерактивная сторона деловых коммуникаций
3. Социально-психологические умения менеджера по коммуникациям
4. Виды корпоративных коммуникаций и их значение для функционирования организации
5. Способы управления деловыми коммуникациями.
6. Коммуникативная культура в организации.

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам семинарского занятия.
2. Составьте письмо-претензию в адрес организации-партнера.
3. Сформулируйте основные требования к личностно-деловым качествам менеджера по коммуникациям. Ответ обоснуйте.

Тема 3. **Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности.** Управление коммуникациями с ключевыми группами общественности.

Время - 1 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Формирование и развитий коммуникаций со средствами массовой информации (СМИ).
2. Виды материалов для прессы.
3. Подготовка и проведение брифингов и пресс-конференций.
4. Принципы взаимоотношений фирмы с органами государственного и местного самоуправления.
5. Сущность лоббизма как средства коммуникационного воздействия на нормотворческую деятельность органов государственной власти и управления.
6. Частно-государственное партнерство (ЧГП) и корпоративная социальная ответственность (КСО) как особый вид взаимодействия с властью.

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам семинарского занятия.
2. Составьте пресс-релиз, в котором объявляется о запуске новой сети магазинов по продаже мобильных телефонов. Он должен анонсировать торжественное открытие магазинов.
3. Перечислите и составьте схему корпоративных коммуникаций организации с органами государственной власти и управления.

Тема 4. **Управление внутрифирменными коммуникациями.** Управление внутрифирменными коммуникациями.

Время - 1 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Корпоративная культура и ее основные элементы.
2. Внутренняя корпоративная культура организации.
3. Сущность корпоративных стандартов.
4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация)
5. Направление коммуникационных потоков в условиях изменения корпоративной культуры.
6. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры.

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам семинарского занятия.
2. Опишите концепцию фирменного стиля крупной корпорации (по выбору студентов) и оцените ее связь с символикой организации.
3. Сформируйте графическую модель устойчивой системы коммуникаций для организаций с разными типами организационной структуры (линейно-функциональной, дивизиональной, матричной, проектной).

Тема 5. **Создание имиджа организации.** Создание имиджа организации.

Время - 0 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Корпоративный имидж и его типология
2. Воздействие имиджа на потребителей и персонал организации
3. Типология корпоративного имиджа

4. Основные подходы к формированию имиджа организации

5. Технология конструирования корпоративного имиджа

6. Коммуникационные мероприятия по поддержанию позитивного имиджа

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам семинарского занятия.

2. Опишите элементы корпоративного дизайна любой известной фирмы (по выбору студентов). Представьте работу на обсуждение в учебной группе.

3. Изобразите схему воздействия позитивного имиджа на внутренние и внешние группы общественности организации

Тема 6. **Технологии коммуникационного менеджмента.** Технологии коммуникационного менеджмента.

Время - 0 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. «Черный» PR как средство формирования общественного мнения

4. Приемы манипулирования информацией

5. Сущность антикризисного управления коммуникациями

6. Принципы действий менеджеров по коммуникациям организаций в чрезвычайных ситуациях Практические

задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам семинарского занятия.

2. Разработайте систему некоммерческих связей с общественными организациями с целью распространения позитивной известности о фирме и ее продукте.

3. Опишите типы кризисов в организациях и сформулируйте правила поведения в кризисных ситуациях (выберите любые организации в сфере строительства, образования, торговли, транспорта)

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

6.1.1. Основные категории учебной дисциплины для самостоятельного изучения:

Деловое общение - особый вид общения, который реализуется в совместной профессионально-предметной деятельности людей и содержание которого определяется социально значимым предметом общения, взаимным психологическим влиянием субъектов общения и формально-ролевым принципом их взаимодействия.

Имидж - внешнее отражение человеческого образа, наглядно- выразительный «срез» его личностных характеристик. Создание имиджа связано с созданием привлекательного образа.

Интерактивная сторона общения - организация взаимодействия между индивидами, т.е. в обмене не только знания и идеями, но и действиями. И.с.о. отражает процесс систематической смены коммуникативных ролей и взаимного воздействия партнеров по общению.

Коммуникативная компетентность - сложное социально-психологическое образование, выражающееся в способности человека адекватно оценивать себя, свое место среди других людей, правильно определять личностные особенности и эмоциональные состояния партнеров по общению, прогнозировать межличностные события, выбирать и осуществлять адекватные способы обращения с окружающими.

Коммуникативная сторона общения - сторона общения, заключающаяся в обмене информацией между людьми.

Коммуникация - в широком смысле - обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов. Коммуникация может осуществляться вербальными и невербальными средствами. К. в деятельностном подходе - совместная деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними.

Манипулирование в общении - скрытое психологическое воздействие на человека, меняющее его поведение в заданном направлении и обеспечивающее воздействующей стороне различные преимущества.

Механизмы психологической защиты - в современной психологии трактуются как способы сохранения человеком своего душевного равновесия.

Перцептивная сторона общения - процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания.

Перцептивные возможности - совокупность способностей человека правильно определять чувства, мысли, мотивы, намерения, возможные моде¬ли поведения других людей, оценивать их отношение ко всем элементам ситуации общения.

Понимание - постижение и реконструкция смыслового содержания явлений исторической, социальной, культурной и природной реальности. П. - универсальная форма освоения действительности.

Социальная перцепция - процесс построения целостного образа партнера по общению (социальной группы), формирующегося на основе оценки его внешнего вида и поведения.

Социально-психологическая идентификация - мысленное вхождение в поле сознания и жизненную ситуацию другого человека, оценка его глазами событий и фактов, целей и процесса общения.

Социальные стереотипы - сложившиеся в сознании отдельных людей и социальных групп устойчивые представления о тех или иных социальных явлениях, привычное отношение к ним.

Эмпатическое слушание - наиболее интимный вид слушания, используемый прежде всего при необходимости глубокого проникновения в проблему и установления более личных отношений с партнером, дает собеседнику ощущение вашего сопереживания.

6.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-8-З1	1. Охарактеризуйте коммуникационный менеджмент: понятия и подходы. 2. Раскройте понятие «потоков информационного воздействия».
2	ПК-8-З1	3. Опишите функции коммуникационного менеджмента. 4. Перечислите и опишите принципы коммуникационного менеджмента.

3	ПК-8-З2	1. Раскройте сущность процесса общения. 2. Перечислите и опишите коммуникативные барьеры в общении
4	ПК-8-З2	3. Опишите методы управления общением 4. Перечислите и опишите виды общения в организациях
5	ПК-8-З3	1. Опишите сущность и содержание коммуникаций с потребителями и инвесторами организации 2. Раскройте сущность коммуникаций со СМИ
6	ПК-8-З3	3. Охарактеризуйте GR как способ взаимодействий с органами государственной власти и управления 4. Раскройте сущность государственно-частного партнёрства и корпоративной социальной ответственности как разновидности GR
7	ПК-8-З4	1. Раскройте сущность внутрифирменных коммуникаций 2. Раскройте сущность и основные элементы корпоративной культуры
8	ПК-8-З4	3. Опишите механизм формирования корпоративной культуры 4. Охарактеризуйте инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры
9	ПК-8-З5	1. Охарактеризуйте типы корпоративного имиджа 2. Опишите элементы корпоративного дизайна
10	ПК-8-З5	3. Опишите результат воздействия корпоративного имиджа на потребителей и персонал организации 4. Перечислитезадачикоммуникационногоменеджментапо поддержанию корпоративного имиджа
11	ПК-8-З6	1. Раскройте сущность и основные технологии «черного PR» 2. Перечислите способы защиты от «черного» PR.
12	ПК-8-З6	3. Опишите технологии антикризисного информационного общения. 4. Охарактеризуйте методы управления слухами в организации

6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Код результата обучения	Задания
13	ПК-8-У1	Выполните задание 1
14	ПК-8-У1	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Коммуникационный менеджмент как процесс 2. Элементы и этапы коммуникационного процесса Выполнение задания на следующую тему: Составьтесхемувзаимодействияорганизации(навыбор)и общественности (определить целевую аудиторию) при изменении внешних условий (описать каких).
15	ПК-8-У2	Выполните задание 2
16	ПК-8-У2	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Особенности деловой коммуникации при переговорах, совещаниях, спорах. 2. Методы управления деловым общением и особенности их применения в различных управленческих ситуациях Выполнение задания на следующую тему: Составьте программу переговорного процесса между представителями 2-х организаций. Определите содержание и продолжительность всех этапов переговоров и составьте итоговый документ, который учитывал бы мнение всех сторон переговорного процесса.
17	ПК-8-У3	Выполните задание 3

18	ПК-8-У3	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Принципы формирования коммуникаций с потребителями и инвесторами организации 2. Сущность и разновидности GR-коммуникаций Выполнение задания на следующую тему: Составьте программу формирования потребительской лояльности и опишите этапы её реализации.
19	ПК-8-У4	Выполните задание 4
20	ПК-8-У4	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Виды внутрифирменных коммуникаций и методы их формирования 2. Принципы формирования корпоративной культуры Выполнение задания на следующую тему: Составьте план формирования корпоративной культуры организации (на выбор) и опишите все элементы, которые входят в её состав.
21	ПК-8-У5	Выполните задание 5
22	ПК-8-У5	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Корпоративный имидж и его типология. 2. Технология конструирования корпоративного имиджа. Выполнение задания на следующую тему: Разработайте технологию создания корпоративного имиджа организаций, функционирующих в следующих сферах: строительство, транспорт, торговля, производство (продукция – на выбор), здравоохранение, образование.
23	ПК-8-У6	Выполните задание 6
24	ПК-8-У6	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Антикризисные мероприятия коммуникационного менеджмента. 2. Интернет-технологии в коммуникационном менеджменте. Выполнение задания на следующую тему: Определите типы кризисных состояний организации (на выбор) и разработайте программу антикризисных действий менеджеров в случае возникновения кризисной ситуации.

6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания
25	ПК-8-В1	Выполните задание 7

26	ПК-8-В1	Задача 1 Каким образом, на ваш взгляд, качественные характеристики источника информациивлияютнаследующие параметрыпередаваемого сообщения: - первое восприятие ценности информации; - «весомость» сообщения; - доверие к сообщению; - длительность воздействия на аудиторию. Проанализируйте качественные характеристики следующих лиц и организаций как производителей информации -Д.А. Медведев; - Коммунистическая партия Российской Федерации; - С.С. Собянин; - С.К. Шойгу; - свой вариант. Задача 2 Ваша фирма благополучно миновала все экономические кризисы и ее финансовое положение отличное. Но Вы заметили, что прежние энтузиазм и рвение подчиненных угасли, а впереди — международная выставка и Вам как никогда нужна сплоченная профессиональная команда. Какими способами Вы поднимете упавший дух команды?
27	ПК-8-В2	Выполните задание 8
28	ПК-8-В2	Задача 3 Очень часто руководству и специалистам отделов PR-фирм и компаний на различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудиториям с кратким выступлением. Подготовьте подобное выступление по указанным поводам. - Церемония открытия автозаправочной станции нового типа. - Праздничный ужин по поводу юбилея компании. - Представительский прием в честь освоения крупной компанией новой отрасли производства. - Открытие выставки достижений фирмы промышленной отрасли. Задача 4 Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что будут слушать Вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.д. Что Вы предпримете для того, чтобы завоевать внимание аудитории и Ваше выступление всем понравилось?
29	ПК-8-В3	Выполните задание 9

30	ПК-8-В3	Задача 5 Используя изученные правила поведения в кризисной ситуации, разработайте план действий в следующих ситуациях: - Столкновение двух товарных поездов, один из которых перевозил большое количество нефти. - Сильное половодье на реке Сура. Необходимо сбрасывать воду из Сурского водохранилища. - Побег семи рецидивистов из колонии строгого режима. - Уменьшение рождаемости за последний год на 24%. Задача 6 На основе изученного теоретического материала и собственных умозаключений сформируйте имидж для следующих лиц: - политика, баллотирующегося на пост в сельской / городской местности; - крупного банкира; - телеведущего политического обзора; - восходящей эстрадной звезды; - телезвезды; - директора рекламного агентства; - руководителя строительной компании.
31	ПК-8-В4	Выполните задание 10
32	ПК-8-В4	Задача 7 На основе предложенных рекомендаций составьте пресс-релиз для следующих новостей. 1. Фирма выпустила новый продукт на рынок. 2. Переход контрольного пакета акций компании к новому владельцу. 3. Открытие нового коммерческого банка. 4. Открытие нового оптового магазина в сети. 5. Начало строительства новой сверхсовременной гостиницы. 6. Проведение крупного спортивного мероприятия. Задача 8 Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с кризисом. Какие слухи могут породить следующие кризисы? - Банкротство организации с последующим выкупом контрольного пакета заместителем директора по экономическим вопросам. - Сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала. - Отставка вице-губернатора и назначение на его пост бывшего начальника ФСБ.
33	ПК-8-В5	Выполните задание 11
34	ПК-8-В5	Задача 9 Коммерческое предприятие реализует благотворительную программу помощи инвалидам. Разработайте программу по связям с общественностью, обеспечивающую необходимое количество информационных выходов для привлечения внимания к этому факту. Задача 10 Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс средств коммуникации, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?
35	ПК-8-В6	Выполните задание 12

36	ПК-8-В6	Задача 11 Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устно, письменные, формальные, неформальные и т.п. Задача 12 На рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами. Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

- письменные краткие опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины, указанных в п.6.1.1.;
- задания и упражнения, рекомендованные для самостоятельной работы;
- задания и упражнения в ходе семинарских занятий.

7.2. ФОС для текущего контроля:

№	Код результата обучения	ФОС текущего контроля
1	ПК-8-З1	Письменный опрос на занятии 1
2	ПК-8-З1	1. Коммуникационный менеджмент: понятия и подходы. 2. Раскройте понятие «потоков информационного воздействия». 3. Функции коммуникационного менеджмента. 4. Принципы коммуникационного менеджмента.
3	ПК-8-З2	Письменный опрос на занятии 2
4	ПК-8-З2	1. Сущность процесса общения. 2. Коммуникативные барьеры в общении 3. Методы управления общением 4. Виды общения в организациях
5	ПК-8-З3	Письменный опрос на занятии 3
6	ПК-8-З3	1. Сущность и содержание коммуникаций с потребителями и инвесторами организации 2. Сущность коммуникаций со СМИ 3. Охарактеризуйте GR как способ взаимодействий с органами государственной власти и управления 4. Раскройте сущность государственно-частного партнёрства и корпоративной социальной ответственности как разновидности GR
7	ПК-8-З4	Письменный опрос на занятии 4
8	ПК-8-З4	1. Сущность внутрифирменных коммуникаций 2. Сущность и основные элементы корпоративной культуры 3. Механизм формирования корпоративной культуры 4. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры
9	ПК-8-З5	Письменный опрос на занятии 5

10	ПК-8-З5	1. Типы корпоративного имиджа 2. Элементы корпоративного дизайна 3. Результат воздействия корпоративного имиджа на потребителей и персонал организации 4. Задачикоммуникационногоменеджмента поподдержанию корпоративного имиджа
11	ПК-8-З6	Письменный опрос на занятии 6
12	ПК-8-З6	1. Сущность и основные технологии «черного PR» 2. Способы защиты от «черного» PR. 1. Технологии антикризисного информационного общения. 2. Методы управления слухами в организации
13	ПК-8-У1	Выполните задание 1
14	ПК-8-У1	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Коммуникационный менеджмент как процесс 2. Элементы и этапы коммуникационного процесса Выполнение задания на следующую тему: Составьтесхемувзаимодействияорганизации(навыбор)и общественности (определить целевую аудиторию) при изменении внешних условий (описать каких).
15	ПК-8-У2	Выполните задание 2
16	ПК-8-У2	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Особенности деловой коммуникации при переговорах, совещаниях, спорах. 2. Методы управления деловым общением и особенности их применения в различных управленческих ситуациях Выполнение задания на следующую тему: Составьте программу переговорного процесса между представителями 2-х организаций. Определите содержание и продолжительность всех этапов переговоров и составьте итоговый документ, который учитывал бы мнение всех сторон переговорного процесса.
17	ПК-8-У3	Выполните задание 3
18	ПК-8-У3	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Принципы формирования коммуникаций с потребителями и инвесторами организации 2. Сущность и разновидности GR-коммуникаций Выполнение задания на следующую тему: Составьте программу формирования потребительской лояльности и опишите этапы её реализации.
19	ПК-8-У4	Выполните задание 4
20	ПК-8-У4	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Виды внутрифирменных коммуникаций и методы их формирования 2. Принципы формирования корпоративной культуры Выполнение задания на следующую тему: Составьте план формирования корпоративной культуры организации (на выбор) и опишите все элементы, которые входят в её состав.
21	ПК-8-У5	Выполните задание 5
22	ПК-8-У5	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Корпоративный имидж и его типология. 2. Технология конструирования корпоративного имиджа. Выполнение задания на следующую тему: Разработайте технологию создания корпоративного имиджа организаций, функционирующих в следующих сферах: строительство, транспорт, торговля, производство (продукция – на выбор), здравоохранение, образование.
23	ПК-8-У6	Выполните задание 6

24	ПК-8-У6	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Антикризисные мероприятия коммуникационного менеджмента. 2. Интернет-технологии в коммуникационном менеджменте. Выполнение задания на следующую тему: Определите типы кризисных состояний организации (на выбор) и разработайте программу антикризисных действий менеджеров в случае возникновения кризисной ситуации.
25	ПК-8-В1	Выполните задание 7
26	ПК-8-В1	Задача 1 Каким образом, на ваш взгляд, качественные характеристики источника информациивлияютнаследующие параметрыпередаваемого сообщения: - первое восприятие ценности информации; - «весомость» сообщения; - доверие к сообщению; - длительность воздействия на аудиторию. Проанализируйте качественные характеристики следующих лиц и организаций как производителей информации -Д.А. Медведев; - Коммунистическая партия Российской Федерации; - С.С. Собянин; - С.К. Шойгу; - свой вариант. Задача 2 Ваша фирма благополучно миновала все экономические кризисы и ее финансовое положение отличное. Но Вы заметили, что прежние энтузиазм и рвение подчиненных угасли, а впереди — международная выставка и Вам как никогда нужна сплоченная профессиональная команда. Какими способами Вы поднимете упавший дух команды?
27	ПК-8-В2	Выполните задание 8
28	ПК-8-В2	Задача 3 Очень часто руководству и специалистам отделов PR-фирм и компаний на различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудиториям с кратким выступлением. Подготовьте подобное выступление по указанным поводам. - Церемония открытия автозаправочной станции нового типа. - Праздничный ужин по поводу юбилея компании. - Представительский прием в честь освоения крупной компанией новой отрасли производства. - Открытие выставки достижений фирмы промышленной отрасли. Задача 4 Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что будут слушать Вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.д. Что Вы предпримете для того, чтобы завоевать внимание аудитории и Ваше выступление всем понравилось?
29	ПК-8-В3	Выполните задание 9

30	ПК-8-В3	Задача 5 Используя изученные правила поведения в кризисной ситуации, разработайте план действий в следующих ситуациях: - Столкновение двух товарных поездов, один из которых перевозил большое количество нефти. - Сильное половодье на реке Сура. Необходимо сбрасывать воду из Сурского водохранилища. - Побег семи рецидивистов из колонии строгого режима. - Уменьшение рождаемости за последний год на 24%. Задача 6 На основе изученного теоретического материала и собственных умозаключений сформируйте имидж для следующих лиц: - политика, баллотирующегося на пост в сельской / городской местности; - крупного банкира; - телеведущего политического обзора; - восходящей эстрадной звезды; - телезвезды; - директора рекламного агентства; - руководителя строительной компании.
31	ПК-8-В4	Выполните задание 10
32	ПК-8-В4	Задача 7 На основе предложенных рекомендаций составьте пресс-релиз для следующих новостей. 1. Фирма выпустила новый продукт на рынок. 2. Переход контрольного пакета акций компании к новому владельцу. 3. Открытие нового коммерческого банка. 4. Открытие нового оптового магазина в сети. 5. Начало строительства новой сверхсовременной гостиницы. 6. Проведение крупного спортивного мероприятия. Задача 8 Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с кризисом. Какие слухи могут породить следующие кризисы? - Банкротство организации с последующим выкупом контрольного пакета заместителем директора по экономическим вопросам. - Сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала. - Отставка вице-губернатора и назначение на его пост бывшего начальника ФСБ.
33	ПК-8-В5	Выполните задание 11
34	ПК-8-В5	Задача 9 Коммерческое предприятие реализует благотворительную программу помощи инвалидам. Разработайте программу по связям с общественностью, обеспечивающую необходимое количество информационных выходов для привлечения внимания к этому факту. Задача 10 Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс средств коммуникации, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?
35	ПК-8-В6	Выполните задание 12

36	ПК-8-В6	Задача 11 Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устно, письменные, формальные, неформальные и т.п. Задача 12 На рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами. Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию.

7.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-8-З1	Вопросы к зачёту 1-8
2	ПК-8-З1	1 Сущность коммуникационного менеджмента, его функции и задачи 2 Коммуникационная политика организации 3 Коммуникационные потребности и коммуникационные перегрузки сотрудников организации 4 Коммуникационный процесс и его элементы 5 Виды коммуникационных связей. 6 Характеристика коммуникационных ролей. 7 Коммуникационные сети 8 Обязанности и профессиональные качества менеджера по коммуникациям
3	ПК-8-З2	Вопросы к зачёту 9-17
4	ПК-8-З2	9 Процесс общения в коммуникационном процессе и его стороны 10 Коммуникационные барьеры и способы их преодоления 11 Понятие коммуникативной культуры 12 Основные показатели культуры речи 13 Формы делового общения и их краткая характеристика 16 Деловые переговоры как форма коммуникаций между заинтересованными сторонами 17 Социально-психологическиеметодыуправленияделовым общением
5	ПК-8-З3	Вопросы к зачёту 18-27

6	ПК-8-З3	18 Содержание коммуникаций и взаимодействие с потребителями продукта организации (Consumer Relations) 19 Управление отношениями с инвесторами (Investor Relations) 20 Внутренние коммуникации и взаимодействия с персоналом 21 Виды материалов для прессы 22 Сущность пресс-конференций и брифингов и правила их проведения 23 Интервью, их разновидности и правила проведения 24 Виды коммуникаций с органами государственной власти и управления (Government Relations) 25 Лобизм как проявление GR 26 Государственно-частное партнёрство и корпоративная социальная ответственность как формы GR 27 Коммуникативные инструменты взаимодействия организации с органами государственной власти и управления
7	ПК-8-З4	Вопросы к зачёту 28-35
8	ПК-8-З4	28 Понятие и содержание корпоративной культуры 29 Типология корпоративной культуры 30 Механизмы формирования корпоративной культуры 31 Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры
9	ПК-8-З5	Вопросы к зачёту 32-35
10	ПК-8-З5	32 Понятие корпоративного имиджа 33 Технология конструирования корпоративного имиджа 34 Корпоративные кодексы как часть корпоративного имиджа 35 Воздействие корпоративного имиджа на потребителей и персонал организации
11	ПК-8-З6	Вопросы к зачёту 36-40
12	ПК-8-З6	36 «Черный» PR как средство формирования общественного мнения 37 Приёмы манипулирования информацией 38 Управление слухами в организации 39 Антикризисные мероприятия коммуникационного менеджмента 40 Интернет-технологии в коммуникационном менеджменте

Задания для оценки умений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-8-У1	Выполните задание 1
2	ПК-8-У1	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Коммуникационный менеджмент как процесс 2. Элементы и этапы коммуникационного процесса Выполнение задания на следующую тему: Составьтесхемувзаимодействияорганизации(навыбор)и общественности (определить целевую аудиторию) при изменении внешних условий (описать каких).
3	ПК-8-У2	Выполните задание 2
4	ПК-8-У2	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Особенности деловой коммуникации при переговорах, совещаниях, спорах. 2. Методы управления деловым общением и особенности их применения в различных управленческих ситуациях Выполнение задания на следующую тему: Составьте программу переговорного процесса между представителями 2-х организаций. Определите содержание и продолжительность всех этапов переговоров и составьте итоговый документ, который учитывал бы мнение всех сторон переговорного процесса.
5	ПК-8-У3	Выполните задание 3

6	ПК-8-У3	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Принципы формирования коммуникаций с потребителями и инвесторами организации 2. Сущность и разновидности GR-коммуникаций Выполнение задания на следующую тему: Составьте программу формирования потребительской лояльности и опишите этапы её реализации.
7	ПК-8-У4	Выполните задание 4
8	ПК-8-У4	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Виды внутрифирменных коммуникаций и методы их формирования 2. Принципы формирования корпоративной культуры Выполнение задания на следующую тему: Составьте план формирования корпоративной культуры организации (на выбор) и опишите все элементы, которые входят в её состав.
9	ПК-8-У5	Выполните задание 5
10	ПК-8-У5	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Корпоративный имидж и его типология. 2. Технология конструирования корпоративного имиджа. Выполнение задания на следующую тему: Разработайте технологию создания корпоративного имиджа организаций, функционирующих в следующих сферах: строительство, транспорт, торговля, производство (продукция – на выбор), здравоохранение, образование.
11	ПК-8-У6	Выполните задание 6
12	ПК-8-У6	Подготовить аналитический обзор по следующим темам: 1. Антикризисные мероприятия коммуникационного менеджмента. 2. Интернет-технологии в коммуникационном менеджменте. Выполнение задания на следующую тему: Определите типы кризисных состояний организации (на выбор) и разработайте программу антикризисных действий менеджеров в случае возникновения кризисной ситуации.

Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-8-В1	Выполните задание 7

2	ПК-8-В1	Задача 1 Каким образом, на ваш взгляд, качественные характеристики источника информациивлияютнаследующие параметрыпередаваемого сообщения: - первое восприятие ценности информации; - «весомость» сообщения; - доверие к сообщению; - длительность воздействия на аудиторию. Проанализируйте качественные характеристики следующих лиц и организаций как производителей информации -Д.А. Медведев; - Коммунистическая партия Российской Федерации; - С.С. Собянин; - С.К. Шойгу; - свой вариант. Задача 2 Ваша фирма благополучно миновала все экономические кризисы и ее финансовое положение отличное. Но Вы заметили, что прежние энтузиазм и рвение подчиненных угасли, а впереди — международная выставка и Вам как никогда нужна сплоченная профессиональная команда. Какими способами Вы поднимете упавший дух команды?
3	ПК-8-В2	Выполните задание 8
4	ПК-8-В2	Задача 3 Очень часто руководству и специалистам отделов PR-фирм и компаний на различного рода мероприятиях приходится обращаться к аудиториям с кратким выступлением. Подготовьте подобное выступление по указанным поводам. - Церемония открытия автозаправочной станции нового типа. - Праздничный ужин по поводу юбилея компании. - Представительский прием в честь освоения крупной компанией новой отрасли производства. - Открытие выставки достижений фирмы промышленной отрасли. Задача 4 Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что будут слушать Вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.д. Что Вы предпримете для того, чтобы завоевать внимание аудитории и Ваше выступление всем понравилось?
5	ПК-8-В3	Выполните задание 9

6	ПК-8-В3	Задача 5 Используя изученные правила поведения в кризисной ситуации, разработайте план действий в следующих ситуациях: - Столкновение двух товарных поездов, один из которых перевозил большое количество нефти. - Сильное половодье на реке Сура. Необходимо сбрасывать воду из Сурского водохранилища. - Побег семи рецидивистов из колонии строгого режима. - Уменьшение рождаемости за последний год на 24%. Задача 6 На основе изученного теоретического материала и собственных умозаключений сформируйте имидж для следующих лиц: - политика, баллотирующегося на пост в сельской / городской местности; - крупного банкира; - телеведущего политического обзора; - восходящей эстрадной звезды; - телезвезды; - директора рекламного агентства; - руководителя строительной компании.
7	ПК-8-В4	Выполните задание 10
8	ПК-8-В4	На основе предложенных рекомендаций составьте пресс-релиз для следующих новостей. 1. Фирма выпустила новый продукт на рынок. 2. Переход контрольного пакета акций компании к новому владельцу. 3. Открытие нового коммерческого банка. 4. Открытие нового оптового магазина в сети. 5. Начало строительства новой сверхсовременной гостиницы. 6. Проведение крупного спортивного мероприятия. Задача 8 Недостаток информации порождает слухи, с которыми зачастую бороться тяжелее, чем с кризисом. Какие слухи могут породить следующие кризисы? - Банкротство организации с последующим выкупом контрольного пакета заместителем директора по экономическим вопросам. - Сокращение объема производства и отправление в административный отпуск четверти персонала. - Отставка вице-губернатора и назначение на его пост бывшего начальника ФСБ.
9	ПК-8-В5	Выполните задание 11
10	ПК-8-В5	Задача 9 Коммерческое предприятие реализует благотворительную программу помощи инвалидам. Разработайте программу по связям с общественностью, обеспечивающую необходимое количество информационных выходов для привлечения внимания к этому факту. Задача 10 Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс средств коммуникации, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?
11	ПК-8-В6	Выполните задание 12

12	ПК-8-В6	Задача 11 Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устно, письменные, формальные, неформальные и т.п. Задача 12 На рынке сотовой связи компания, в которой вы работаете PR-менеджером, долгое время была лидером, так как была единственным оператором стандарта GSM в одной из областей России. За последние два года появились три конкурента, которые по качеству услуг стремятся догнать вас. Периодически на рынке происходят вспышки ценовых войн. Вы постоянно вынуждены снижать цены вслед за конкурентами. Подготовьте для совета директоров план специальных событий вашей компании, в котором раскройте, каким образом можно исправить ситуацию.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21647-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/581864
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561316
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561458
4. Организационные процессы : учебник для вузов / ответственный редактор А. Н. Петров. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20119-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568723
5. Управление коммуникационными проектами : учебник для вузов / ответственные редакторы В. А. Ачкасова, И. А. Быков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21737-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/581995

б) дополнительная литература:

1. Емельянов, С. М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина ; под редакцией С. М. Емельянова. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. — 272 с. — ISBN 978-5-9729-1811-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/143604.html
2. Сафонова, Л. А. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Л. А. Сафонова. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2024. — 79 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/149513.html

9. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя:

пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), OpenOffice;

веб-браузер (Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer др.);

электронную библиотечную систему IPRBooks;

систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «ВКР-ВУЗ.РФ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет http://lk.rosnou.ru).

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

https://ptpmag.ru/ Официальный сайт журнала «Проблемы теории и практики управления»

http://www.consultant.ru/ Официальный сайт Консультант-Плюс

http://www.mevriz.ru/ Официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом»

11. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами 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» (с изменениями и дополнениями), Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденными Министерством образования и науки РФ 08.04.2014г. № АК-44/05вн, Положением об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, утвержденным приказом ректора Университета от 6 ноября 2015 года №60/о, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет», утвержденного приказом ректора от 20 мая 2016 года № 187/о.

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

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

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

12. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения лекций и семинарских занятий используются аудитория №28:

- Персональный компьютер: 1 шт.
- Монитор: 1 шт.
- Переносной проектор.
- Переносной экран.
- Меловая магнитная доска
- Учебно-наглядные пособия

Рабочие места студентов:

- столы ученические: 24 шт.
- стулья: 48 шт.

Рабочее место преподавателя:

- стол письменный: 1 шт.
- стул: 1 шт.