

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
 «Московский финансово-юридический университет МФЮА»
 Информация о владельце:
 ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 21.12.2022 00:33:17
 Уникальный программный ключ:
 672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcd9bc652d927620ac07f8fdabb79
 Рассмотрено и одобрено на заседании
 учебно-методического совета

УТВЕРЖДАЮ

Проректор



О.А. Минаева

личная подпись инициалы, фамилия

« 14 » марта 2022 г.

Протокол № 7 от 14.03.2022

Председатель совета



Г.С. Горшков

инициалы, фамилия

личная подпись

д-р экон. наук Федорова Наталья Валентиновна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Управление коммуникациями

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 38.03.02 Менеджмент

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Управление человеческими ресурсами

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 4 (з.е.)

Всего учебных часов: 144 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Экзамен	8	9	9

Москва 2022 г.

Год начала подготовки студентов - 2022

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	формирование у обучающихся целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), методологии и методике проведения исследований в сфере управления коммуникациями.
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> -определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности; -изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования; -рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций; -выявление значимых агентов внешней среды и разработка сообщений с целью формирования позитивного мнения об организации; -поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов; -исследование особенностей формирования имиджа менеджера и корпорации (организации); -разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> Деловое общение Организационная культура Основы управления персоналом и тайм-менеджмента Психология и педагогика Рекрутмент Теория менеджмента Технология управления коллективами Управление персоналом
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Государственная итоговая аттестация

3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.
Степень сформированности компетенций**

Индикатор	Название	Планируемые результаты обучения	ФОС
	ПК3	Способен осуществлять поиск и отбор кандидатов для трудоустройства их в организацию, проводить маркетинг, деловую оценку и аттестацию персонала	

ПК-3.1	Знать: источники, требования, методы и процессы поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию; требования, технологии, методы и процессы проведения маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	обладает знанием источников, требований, методов и процессов поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию на основе использования технологий и методов коммуникаций с персоналом ; знанием требований, технологий, методов и процессов проведения маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала на основе использования технологий и методов коммуникаций с персоналом	Тест
ПК-3.2	Уметь: осуществлять процессы поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию, проводить процессы маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	обладает умением осуществлять процессы поиска, привлечения, отбора и оценки кандидатов для трудоустройства их в организацию, проводить процессы маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала на основе использования технологий и методов коммуникаций с персоналом	Выполнение реферата
ПК-3.3	Владеть: навыками поиска источников, учета требований и применения технологии и методов ведения процессов поиска, отбора оценки и привлечения кандидатов для трудоустройства их в организацию; навыками учета требований и применения технологий и методов ведения процессов маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала	владеет навыками поиска источников, учета требований и применения технологии и методов ведения процессов поиска, отбора оценки и привлечения кандидатов для трудоустройства их в организацию; навыками учета требований и применения технологий и методов ведения процессов маркетинга, деловой оценки и аттестации персонала на основе использования технологий и методов коммуникаций с персоналом	Кейс

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Индикаторы
1.	Сущность и ключевые категории коммуникационного менеджмента	<p>Определение коммуникационного менеджмента.</p> <p>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.</p> <p>Коммуникационные потребности сотрудников.</p> <p>Коммуникационные перегрузки.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3

2.	Коммуникации и структуры коммуникационных сред	<p>Определение коммуникативного процесса как процесса взаимодействия между различными субъектами коммуникации, при котором осуществляется обмен информацией.</p> <p>Элементы коммуникационного процесса: отправитель, сообщение, коммуникационный канал, получатель.</p> <p>Этапы коммуникативного процесса: формирование сообщения, передача, прием, расшифровка, использование информации.</p> <p>Кодирование и декодирование информации.</p> <p>Виды коммуникаций в организациях.</p> <p>Коммуникационные сети.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
3.	Общение как база коммуникационного менеджмента	<p>Общение как социально-психологическая категория. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения.</p> <p>Коммуникативные барьеры и способы их преодоления. Основные требования к общению.</p> <p>Основные коммуникативные навыки.</p> <p>Коммуникативная культура. Показатели культуры речи.</p> <p>Виды общения в организациях. Деловая беседа, деловое совещание, публичное выступление, спор, деловая переписка, деловые переговоры.</p> <p>Особенности различных видов делового общения.</p> <p>Способы управления деловым общением: заражение, подражание, внушение, убеждение, принуждение и их характеристики.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
4.	Коммуникации и информационные ресурсы	<p>Информация как основной элемент коммуникативных систем. Производство и потребление информации.</p> <p>Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.</p> <p>Виды и состав информационных ресурсов. Базовый набор классификационных признаков информационных ресурсов.</p> <p>Государственные информационные ресурсы.</p> <p>Управление информационными ресурсами в организации. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации.</p> <p>Коммуникации и средства массовой информации.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3

5.	Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций	<p>Связи с общественностью(PublicRelation) как функция коммуникационного менеджмента. Основная цель осуществления PR-деятельности в организации. Подходы к определению PR. Основные принципы PR-деятельности. Функции PR.</p> <p>Связи с общественностью и пропаганда. Внутренняя и внешняя общественность организации. Контактные аудитории в сфере PR. Связи с общественностью в системе маркетинговой деятельности организации. Становление и развитие PR-деятельности в России: становление и современное состояние. PR-инструментарий.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
6.	Коммуникации в процессе формирования организационной культуры	<p>Понятие организационной культуры. Организационная культура и ее составляющие: базовые принципы; ценностные ориентации сотрудников; символика (фирменный стиль, история, мифы, легенды). Внешняя и внутренняя корпоративная культура, их основные признаки. Корпоративные отношения. Факторы, способствующие формированию корпоративных отношений. Корпоративные стандарты как часть корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
7.	Управление внутрифирменными коммуникациями	<p>Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров. Источники отбора персонала: внешний и внутренний, их достоинства и недостатки. Порядок обработки обращений претендентов на вакантные должности. Порядок найма персонала. Разновидности трудового договора (контракта). Правила внутреннего распорядка предприятия. Понятие адаптации. Порядок адаптации новых сотрудников. Виды адаптации: трудовая и социальная и их особенности. Коммуникационные перегрузки и коммуникационные потребности сотрудников.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3

8.	Коммуникации в процессе формирования общественного мнения	<p>Общественное мнение, его понятие и структура. Концепции общественного мнения: монистическая; мажоритарная; плюралистическая.</p> <p>Компоненты общественного мнения: когнитивный, эмоциональный, аксиологический, поведенческий.</p> <p>Специфика общественного мнения. Типология и стадии развития общественного мнения.</p> <p>Факторы, определяющие характер и содержание общественного мнения. Элементы структуры общественного мнения.</p> <p>Социально-психологические свойства общественного мнения.</p> <p>Функции и каналы выражения общественного мнения. Манипуляция общественным мнением.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
9.	Конструирование имиджа организации	<p>Понятие корпоративного имиджа. Механизм воздействия имиджа на общественность.</p> <p>Имидж и бренд компании. Имидж и репутация. Особенности имиджа.</p> <p>Влияние позитивного имиджа на деятельность организации, покупателей и персонал.</p> <p>Типология корпоративного имиджа. Основные подходы к созданию корпоративного имиджа. Технология конструирования корпоративного имиджа.</p> <p>Концепция имиджа. Корпоративная философия. Этические кодексы организации. Стратегия корпоративного имиджа.</p> <p>Разработки корпоративных принципов и стандартов. Имиджевый контекст коммуникативных событий.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
10.	Управление слухами в организации	<p>Сущность и типология слухов. Слух как разновидность неформального коммуникативного воздействия.</p> <p>Структура и характеристики слухов. Среда возникновения слухов. Механизмы распространения слухов.</p> <p>Причины возникновения и распространения слухов. Причины деформации первичной информации в организации.</p> <p>Слухи как инструмент адаптации человека к изменяющейся социальной среде</p> <p>Применение шок-технологий в коммуникационных воздействиях на целевые аудитории.</p> <p>Способы управления слухами: игнорирование, устранение, прививка, использование.</p>	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3

11.	Управление маркетинговыми коммуникациями	Комплекс маркетинговых коммуникаций и его составляющие: реклама, личные продажи, связи с общественностью, стимулирование сбыта. Элементы модели маркетинговой коммуникации. Этапы планирования комплекса маркетинговых коммуникаций: выявление целевой аудитории; определение желаемой ответной реакции; выбор обращения; выбор средств распространения информации; выбор свойств, характеризующих источник обращения; учет потока обратной связи. Средства нетрадиционных маркетинговых коммуникаций: директ-маркетинг, брендинг, мерчандайзинг, спонсорство и благотворительность, выставки и ярмарки.	9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.1.3	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3
-----	--	--	---	----------------------------

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

Форма обучения: очная, 8 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	3	2	0	1	7
2.	3	2	0	1	7
3.	4	2	0	2	6
4.	3	1	0	2	7
5.	3	1	0	2	6
6.	3	2	0	1	7
7.	3	2	0	1	6
8.	3	1	0	2	7
9.	3	1	0	2	7
10.	3	1	0	2	7
11.	3	1	0	2	7
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	38	16	0	18	106

Форма обучения: очно-заочная, 9 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	3	1	0	2	6
2.	4	2	0	2	6
3.	3	1	0	2	7
4.	3	1	0	2	7
5.	3	1	0	2	7
6.	4	1	0	3	6

7.	4	1	0	3	6
8.	3	1	0	2	7
9.	3	1	0	2	7
10.	3	1	0	2	7
11.	3	1	0	2	6
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	40	12	0	24	104

Форма обучения: заочная, 9 семестр

№	Контактная работа	Аудиторные учебные занятия			Самостоятельная работа
		занятия лекционного типа	лабораторные работы	практические занятия	
1.	1	1	0	0	8
2.	2	1	0	1	8
3.	2	1	0	1	8
4.	1	0	0	1	9
5.	1	1	0	0	9
6.	2	1	0	1	8
7.	2	1	0	1	8
8.	1	1	0	0	8
9.	2	1	0	1	8
10.	1	0	0	1	9
11.	1	0	0	1	9
	Промежуточная аттестация				
	4	0	0	0	32
	Консультации				
	0	0	0	0	0
Итого	20	8	0	8	124

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины обучающемуся необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе обучающегося. На лекциях обучающиеся получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного

усвоения учебного материала является умение обучающихся сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, обучающемуся следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов обучающихся.

Самостоятельная работа

Обучающийся в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа обучающихся играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих обучающихся к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает обучающийся, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине обучающемуся необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии обучающемуся следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «ПК-3.1»

Вопрос №1 .

Согласно классификации моделей организационного поведения Дж. Ньюстрона и К. Девиса, основными параметрами этой модели являются:

Варианты ответов:

1. Основной инструмент, ориентация менеджмента, ориентация работников, психологический результат работника, удовлетворяемые потребности работника и степень участия работника в процессе труда
2. Основной инструмент, ориентация менеджмента, ориентация работников, удовлетворяемые потребности работника и степень участия работника в процессе труда
3. Основной инструмент, ориентация менеджмента, ориентация работников и психологический результат работника.
4. Основной инструмент, ориентация менеджмента, ориентация работников, ориентация государственной власти, удовлетворяемые потребности работника и степень участия работника в процессе труда

Вопрос №2 .

Общение – это

Варианты ответов:

1. форма взаимодействия человека с другими людьми
2. способ решения специфических задач
3. способ координации информации
4. способ выражения своего отношения

Вопрос №3 . Что является главной целью PR?

Варианты ответов:

1. Изменение общественного мнения.
2. Повышение уровня продаж.
3. Доведение информации до потребителей.
4. Повышение рейтинга компании.

Вопрос №4 . Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

Варианты ответов:

1. Информация.
2. Законодательные акты.
3. Коммерческие организации.
4. Подручные средства.

Вопрос №5 .

Какие основные задачи возложены на службу формирования позитивного имиджа?

Варианты ответов:

1. Определение основных направлений совершенствования имиджевой политики
2. Повышение имиджа органов государственной власти
3. Установление коммуникативных связей с целевыми аудиториями
4. Включает все перечисленное

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

1. Установление моральных санкций и поощрений.
2. Развитие у работников инициативы и ответственности.
3. Установление социальных норм поведения.
4. Создание нормального психологического климата.
5. Формирование коллективов, групп.
6. Удовлетворение культурных и духовных потребностей.
7. Социальная и моральная мотивация и стимулирование.
8. Участие работников в управлении.
9. Создание творческой атмосферы.
10. Социально-психологическое планирование.
11. Социально-психологический анализ.
12. Индивид и группа: проблемы взаимодействия.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

1. Понятие делового общения, его значение, виды.
2. Вербальные и невербальные средства общения, их особенности.
3. Значение делового общения. Виды делового общения:
4. Деловое общение как средство реализации управленческих функций руководителя образовательного учреждения.
5. Барьеры делового общения: социокультурные, мировоззренческие, профессиональные, организационные, смысловые и др.
6. Стили слушания (выяснение, перефразирование, резюмирование).
7. Особенности организации деловых форм общения.
8. Характеристика основных форм: деловые переговоры, деловая беседа, деловое совещание, деловая дискуссия, публичное выступление.
9. Деловые переговоры: их характер, определение целей, организация, методы и навыки ведения деловых переговоров; способы оценки достигнутых в процессе переговоров соглашений.
10. Переговорный процесс.

11. Коммуникативные барьеры, возникающие при прохождении переговорного процесса и способы их преодоления.
12. Публичное выступление как форма делового общения.
13. Этические формы и модели делового общения.
14. Этикет деловых отношений, их социальный статус, место в служебной иерархии, профессии, национальности, вероисповедования, возраста, пола, характера.
15. Корпоративная этика.
16. Деловое общение как средство реализации управленческих функций руководителя.
17. Конфликты и способы их предупреждения в деловом общении.
18. Факторы, влияющие на формирование имиджа руководителя образовательного учреждения (модель поведения, внешность, манеры и др.).
19. Элементы имиджа делового мужчины/деловой женщины.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

Кейс для формирования «ПК-3.3»

Цель кейса-выработать умения и навыки определения поведения руководителя с подчиненным, установления с ним коммуникаций, отдачи распоряжений и выбора способов воздействия руководителя на подчиненного.

Ситуация:

Подчиненный (коллега) игнорирует ваши советы и указания, делает все по-своему, не обращая внимания на замечания, не исправляя того, на что вы ему указываете.

Вопросы для решения и обсуждения в сложившейся ситуации:

1. Как вы поступите с этим подчиненным (коллегой) в дальнейшем?
2. Разобравшись в мотивах упорства и видя их несостоятельность, примените обычные административные меры наказания.
3. В интересах дела постараетесь вызвать его на откровенный разговор, попытаетесь найти с ним общий язык, настроить на деловой контакт.

4. Обратитесь к коллективу, рассчитывая на то, что его неправильное поведение будет осуждено и к нему применят меры общественного воздействия.
5. Попробуетесь вначале разобраться в том, не совершаете ли вы сами ошибок во взаимоотношениях с подчиненным (коллегой), а потом уже решите, как поступить.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе
Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения
Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Кейс для формирования «ПК-3.3»

В трудовой коллектив, где существует конфликт между двумя группами по поводу внедрения нового стиля руководства, пришел новый руководитель, приглашенный со стороны.

Вопросы:

Каким образом, по вашему мнению, ему лучше действовать, чтобы нормализовать психологический климат в коллективе?

1. Установить тесный контакт со сторонниками нововведений и, не принимая всерьез доводы приверженцев старого стиля работы, вести работу по внедрению новшеств, воздействуя на несогласных силой своего примера и примера других.
2. Попытаться разубедить и привлечь на свою сторону приверженцев прежнего стиля работы, противников новаций, воздействовать на них аргументами в процессе дискуссии.
3. Выбрать наиболее авторитетных членов коллектива, поручить им разобраться в сложившейся ситуации и предложить меры по ее нормализации, опираясь на поддержку администрации, профсоюза и т.д.
4. Изучить перспективы развития коллектива, поставить перед коллективом новые задачи совместной трудовой деятельности, опираясь на лучшие достижения и трудовые традиции коллектива, не противопоставлять новое старому.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе
Удовлетворительно	Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения
Хорошо	Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Сущность и ключевые категории коммуникационного менеджмента

1. Определение коммуникационного менеджмента.
2. Коммуникационный менеджмент как процесс.
3. Коммуникационные потребности сотрудников.
4. Коммуникационные перегрузки.

Тема 2. Коммуникации и структуры коммуникационных сред

5. Определение коммуникативного процесса как процесса взаимодействия между различными субъектами коммуникации.
6. Элементы коммуникационного процесса.
7. Этапы коммуникативного процесса.
8. Виды коммуникаций в организациях.
9. Коммуникационные сети.

Тема 3. Общение как база коммуникационного менеджмента

10. Общение как социально-психологическая категория.
11. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения.
12. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.
13. Основные требования к общению.
14. Основные коммуникативные навыки.
15. Коммуникативная культура.
16. Показатели культуры речи.
17. Виды общения в организациях.
18. Особенности различных видов делового общения.
19. Способы управления деловым общением.

Тема 4. Коммуникации и информационные ресурсы

20. Информация как основной элемент коммуникативных систем.
21. Производство и потребление информации.
22. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.
23. Виды и состав информационных ресурсов.
24. Базовый набор классификационных признаков информационных ресурсов.
25. Государственные информационные ресурсы.
26. Управление информационными ресурсами в организации.
27. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации.
28. Коммуникации и средства массовой информации.

Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций

29. Связи с общественностью (Public Relation) как функция коммуникационного менеджмента.
30. Основная цель осуществления PR-деятельности в организации.
31. Подходы к определению PR.
32. Основные принципы PR-деятельности.
33. Функции PR. Связи с общественностью и пропаганда.
34. Внутренняя и внешняя общественность организации.
35. Контактные аудитории в сфере PR.
36. Связи с общественностью в системе маркетинговой деятельности организации.
37. Становление и развитие PR-деятельности в России.
38. PR-инструментарий.

Тема 6. Коммуникации в процессе формирования организационной культуры

39. Понятие организационной культуры.
40. Организационная культура и ее составляющие.
41. Внешняя и внутренняя корпоративная культура, их основные признаки.

42. Корпоративные отношения.
43. Факторы, способствующие формированию корпоративных отношений.
44. Корпоративные стандарты как часть корпоративной культуры.
45. Типология корпоративной культуры.
46. Инструменты коммуникационного менеджмента при формировании корпоративной культуры.

Тема 7. Управление внутрифирменными коммуникациями

47. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров.
48. Источники отбора персонала: внешний и внутренний, их достоинства и недостатки.
49. Порядок обработки обращений претендентов на вакантные должности.
50. Порядок найма персонала.
51. Разновидности трудового договора (контракта).
52. Правила внутреннего распорядка предприятия.
53. Понятие адаптации.
54. Порядок адаптации новых сотрудников.
55. Виды адаптации персонала.
56. Коммуникационные перегрузки и коммуникационные потребности сотрудников.

Тема 8. Коммуникации в процессе формирования общественного мнения

57. Общественное мнение, его понятие и структура.
58. Концепции общественного мнения.
59. Компоненты общественного мнения.
60. Специфика общественного мнения.
61. Типология и стадии развития общественного мнения.
62. Факторы, определяющие характер и содержание общественного мнения.
63. Элементы структуры общественного мнения.
64. Социально-психологические свойства общественного мнения.
65. Функции и каналы выражения общественного мнения.
66. Манипуляция общественным мнением.

Тема 9. Конструирование имиджа организации

67. Понятие корпоративного имиджа.
68. Механизм воздействия имиджа на общественность.
69. Имидж и бренд компании.
70. Имидж и репутация.
71. Особенности имиджа.
72. Влияние позитивного имиджа на деятельность организации, покупателей и персонал.
73. Типология корпоративного имиджа.
74. Основные подходы к созданию корпоративного имиджа.
75. Технология конструирования корпоративного имиджа.
76. Концепция имиджа.
77. Корпоративная философия.
78. Этические кодексы организации.
79. Стратегия корпоративного имиджа.
80. Разработки корпоративных принципов и стандартов.

Тема 10. Управление слухами в организации

81. Сущность и типология слухов.
82. Слух как разновидность неформального коммуникативного воздействия.
83. Структура и характеристики слухов.
84. Среда возникновения слухов.
85. Механизмы распространения слухов.
86. Причины возникновения и распространения слухов.
87. Причины деформации первичной информации в организации.
88. Слухи как инструмент адаптации человека к изменяющейся социальной среде .
89. Применение шок-технологий в коммуникационных воздействиях на целевые аудитории.

90. Способы управления слухами.

Тема 11. Управление маркетинговыми коммуникациями

91. Комплекс маркетинговых коммуникаций и его составляющие.

92. Элементы модели маркетинговой коммуникации.

93. Этапы планирования комплекса маркетинговых коммуникаций.

94. Средства нетрадиционных маркетинговых коммуникаций.

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно распространяемое программное обеспечение) 4. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 5. Спутник (свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 6. AnyLogic (свободно распространяемое программное обеспечение) 7. Microsoft Visual Studio (лицензионное программное обеспечение) 8. iTALC (свободно распространяемое программное обеспечение) 9. ArgoUML (свободно распространяемое программное обеспечение) 10. ARIS EXPRESS (свободно распространяемое программное обеспечение) 11. Erwin (свободно распространяемое программное обеспечение) 12. Inkscape (свободно распространяемое программное обеспечение) 13. Maxima (свободно распространяемое программное обеспечение) 14. Microsoft SQL Server Management Studio (лицензионное программное обеспечение) 15. Microsoft Visio (лицензионное программное обеспечение) 16. MPLAB (свободно распространяемое программное обеспечение) 17. Notepad++ (свободно распространяемое программное обеспечение) 18. Oracle VM VirtualBox (свободно распространяемое программное обеспечение) 19. Paint .NET (свободно распространяемое программное обеспечение) 20. SciLab (свободно распространяемое программное обеспечение) 21. WinAsm (свободно распространяемое программное обеспечение) 22. GNS 3 (свободно распространяемое программное обеспечение) 23. Антиплагиат. Вуз (лицензионное программное обеспечение) 24. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 25. 1С:Предприятие 8.3 (лицензионное программное обеспечение) 26. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)

Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p> <p>Лаборатории и кабинеты:</p> <p>1. Учебная аудитория Лаборатория информатики Компьютерный класс, включая оборудование: Комплекты учебной мебели, демонстрационное оборудование – проектор и компьютер, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, доска, персональные компьютеры</p>
-------------------------------------	--

8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Лисс Э.М. Ковальчук А.С.	Деловые коммуникации	Дашков и К	2018	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85358.html	по логину и паролю
9.1.2	Горфинкель В.Я. Торопцов В.С. Швандар В.А.	Коммуникации и корпоративное управление	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/81642.html	по логину и паролю
9.1.3	Шарков Ф.И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Дашков и К	2018	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85127.html	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	сост. Сергодеева Е.А. Сапрыкина Е.В. Дзамыхова М.Т.	Технология управления коммуникациями	Северо-Кавказский федеральный университет	2018	практикум	-	http://www.iprbookshop.ru/92768.html	по логину и паролю
9.2.2	Кузьминов А.В.	Управление персоналом организации	Университет экономики и управления	2019	учебно-методическое пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/89499.html	по логину и паролю

9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;
- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.