

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол №10 от «19» мая 2017 г.

Согласовано:
Председатель УМК факультета /института

И.о. Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

 /Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)


Дисциплина Коммуникационный менеджмент
вариативная

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель)
доцент, к.филос.н.
(должность, ученая степень, ученое звание)

 / Гарипова Г.Р. _____
(подпись, Фамилия И.О.)

Для приема: 2017 г.

Уфа 2017г.

Составитель: Гарипова Галия Ризвановна

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол от «19» мая 2017 г. № 10

И.о. Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 11 от «18» июня 2018 г.

«Обновлен список основной и дополнительной литературы; обновлен перечень программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины».

И.о. Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы 6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) 7
4. Фонд оценочных средств по дисциплине 7
 - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 7
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 17
 - 4.3. *Рейтинг-план дисциплины* 18
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 25
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 26
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины 27
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 27

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

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Психологических закономерностей, основ групповой динамики, приемов эффективного взаимодействия. Знание принципов функционирования профессионального коллектива, понимание роли корпоративных норм и стандартов; социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)	
	Основных принципов менеджмента, управления персоналом фирмы и организации; представлений о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; принципов построения организационных структур и распределения функций управления; форм участия персонала в управлении	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)	
	Принципов эффективного управления персоналом. Представлений об основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов.	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)	
Умения	Применять приемы эффективного общения.	Способность работать в	

	<p>Работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности; работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия.</p>	<p>коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)</p>	
	<p>Оперативно реагировать на изменения в деятельности фирмы, организации иметь способности в применении основ рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знать и применять принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью. Приемы менеджмента при построении организационных структур и распределении функций управления.</p>	<p>владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)</p>	
	<p>Выстраивать гармоничные отношения в коллективе. Укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. Обеспечить систему внутренней и внешней коммуникации для построения эффективной системы обеспечения работы малого коллектива.</p>	<p>владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)</p>	
<p>Владения (навыки / опыт деятельности)</p>	<p>Навыками эффективной коммуникации; приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности в процессе работы в коллективе</p>	<p>Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные</p>	

	этическими нормами, касающимися социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; способами и приемами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности	и культурные различия (ОК-6)	
	навыками организации и планирования деятельности фирмы и организации. навыками разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике.	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)	
	Выстраивать гармоничные отношения в коллективе. Методами социальных, гуманитарных и экономических наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественностью, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональной деятельности.	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к *вариативной* части.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Коммуникационный менеджмент – это научное управление потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований с целью решения стратегических и тактических задач в развитии общественных отношений. Целью курса является – ознакомить обучающихся с совокупностью накопленных в мировой практике принципов, методов, средств и форм влияния на содержание потоков информационного воздействия людей, их групп, общественно политических и управленческих образований.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Политология», «Социология», «Философия», «Введение в СО». Также необходимо изучать предмет во взаимосвязи со следующими дисциплинами,

которые изучают отдельные направления рекламы и связей с общественностью – «Внутрифирменный PR», «Имиджелогия», «Политический PR». Изучение дисциплины «Коммуникационный менеджмент» невозможно без прохождения производственных практик согласно учебному плану на 1, 2, 3 курсах.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: ОК-6 - Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: Психологические закономерности, основы групповой динамики, приемы эффективного взаимодействия. Знание принципов функционирования профессионального коллектива, понимание роли корпоративных норм и стандартов;	1. Не сформированы знания о психологических закономерностях, основах групповой динамики, приемах эффективного взаимодействия в коллективе.	1. Сформированы фрагментарные знания и представления о принципах функционирования профессионального коллектива.	1. Сформированы, но содержатся отдельные пробелы знания в области основ групповой динамики, приемов эффективного взаимодействия. Знание принципов функционирования профессионального	Сформированы комплексные и систематические представления о психологических закономерностях, основах групповой динамики, приемах эффективного взаимодействия.

социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей.	2. Нет знания принципов функционирования профессионального коллектива, особенностей взаимодействия различных групп.	2. Фрагментарные сведения о роли корпоративных норм и стандартов; социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей различных социальных групп.	коллектива 2. Есть понимание роли корпоративных норм и стандартов; социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей групп, но не в достаточной степени.	2. Имеет всестороннее знание о специфике функционирования профессионального коллектива, понимание роли корпоративных норм и стандартов.
	3. Не владеет знаниями о методах и инструментах коммуникационного взаимодействия в коллективе.	3. Фрагментарное понимание методов и инструментах коммуникационного менеджмента, в частности, приемов эффективного взаимодействия в коллективе.	3. Сформировано понимание методов и инструментах коммуникационного менеджмента, понимание роли коммуникаций и эффективно взаимодействие в коллективе. Недостаточно полные сведения о роли корпоративных норм и стандартов.	3. Полностью сформировано понимание методов и инструментах коммуникационного взаимодействия в рамках управления группами в коллективе. Понимание роли корпоративных норм и стандартов.

Второй этап (уровень)	<p>Уметь: Применять приемы эффективного общения. Работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности; работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия.</p>	<p>Не сформированы умения применять приемы эффективного общения; работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности</p>	<p>Сформированы умения применять приемы эффективного общения; не умеет работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности.</p>	<p>Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении применять приемы эффективного общения; работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности</p>	<p>Сформированы на высоком уровне умения реализовывать применять приемы эффективного общения; работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности</p>
		<p>2. не умеет, работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей.</p>	<p>2. Умеет применять приемы эффективного общения в коллективе, но не понимает роли в коммуникации социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей представителей различных социальных общностей.</p>	<p>2. Умеет применять с определенными недочетами приемы эффективного общения в коллективе, понимает роль в коммуникации социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей представителей различных социальных общностей.</p>	<p>2. Умеет применять с определенными недочетами приемы эффективного общения в коллективе, понимает роль в коммуникации социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей представителей различных социальных общностей.</p>

					особенно стей представ ителей различн ых социальн ых общност ей.
		3. Не умеет выполнять задачи профессиональной деятельности; работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности	3. Не умеет применять инструменты эффективного общения в коллективе, но не умеет учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности	3. Умеет применять, но не в полной мере инструменты эффективного общения в коллективе, понимает роль социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей	4. Знает и умеет отлично применять инструменты эффективного общения в коллективе, понимает роль социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей.
Третий этап (уровень)	Владеть: Навыками эффективной коммуникации; приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющим и различные профессиональные задачи и обязанности в процессе работы в коллективе	1. Отсутствуют навыки эффективной коммуникации; не владеет приемами взаимодействия с Сотрудниками.	1. Сформированы простейшие навыки эффективной коммуникации; знаком с приемами взаимодействия с Сотрудниками.	1. Сформированы на базовом уровне навыки эффективной коммуникации; владеет приемами взаимодействия с сотрудниками	1. Сформированы на высоком уровне навыки эффективной коммуникации; владеет на высоком уровне приемами

<p>этическими нормами, касающимися социальных, этнических, профессиональных и культурных различий; способами и приемами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности</p>					взаимодействия с сотрудниками
	<p>2. Не владеет инструментами и взаимодействия с выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности сотрудниками в процессе работы в коллективе, не применяет этические нормы, касающиеся социальных, этнических, профессиональных и культурных различий.</p>	<p>2. Не владеет инструментами взаимодействия с выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности сотрудниками в процессе работы в коллективе, имеет нечеткое представление о нормах, касающихся социальных, этнических, профессиональных и культурных различий.</p>	<p>1. Сформированы, но не полностью навыки взаимодействия с выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности сотрудника в процессе работы в коллективе, применяет на практике знание о нормах, касающихся социальных, этнических, профессиональных и культурных различий.</p>	<p>2. Отлично владеет навыками взаимодействия с выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности сотрудниками в процессе работы в коллективе, применяет на практике знание о нормах, касающихся социальных, этнических, профессиональных и культурных различий.</p>	
	<p>3. Не способен применять способы и приемы предотвращения возможных конфликтных ситуаций в</p>	<p>3. Умеет различать, но не предотвращать возможные конфликтные ситуации в процессе профессиональн</p>	<p>3. Умеет предотвращать возможные конфликтные ситуации в процессе</p>	<p>3. Знает и владеет приемами и прогнозированием конфликтных</p>	

		процессе профессиональной деятельности	ой деятельности	профессиональной деятельности и	ситуаций, умеет их предотвращать.
--	--	--	-----------------	---------------------------------	-----------------------------------

Код и формулировка компетенции: ПК – 2 - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: представления о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; основные принципы, функции и приемы менеджмента; принципы построения организационных структур и распределения функций управления; формы участия персонала в управлении	Не сформированы знания о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента; принципах построения организационных структур и распределения функций управления; формах участия персонала в управлении	Сформированы фрагментарные знания о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента; принципах построения организационных структур и распределения функций управления; формах участия персонала в управлении	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента; принципах построения организационных структур и распределения функций управления; формах участия персонала в управлении	Сформированы комплексные и систематические знания о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента; принципах построения организационных структур и распределения функций управления; формах участия персонала в управлении

					ления функций управления; формах участия персонала в управлении
Второй этап (уровень)	Уметь: иметь способности в применении основ рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знать и применять принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Не сформированы умения применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации.	Сформированы начальные умения применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знает и применяет принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знает и применяет принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Сформированы на высоком уровне умения применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знает и применяет принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками разработки концепций, планов, графиков	Отсутствуют навыки разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникаци	Сформированы простейшие навыки разработки концепций, планов, графиков рекламных и	Сформированы на базовом уровне навыки разработки концепций, планов,	Сформированы на высоком уровне навыки разработки концепц

	рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике. анализа	онных программ;	коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике. анализа	графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике. анализа	ий, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике. анализа
--	--	-----------------	--	---	---

Код и формулировка компетенции: ПК – 3 - владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

Этап (уровень) освоения компетенции и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: представления об основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов. Учитывать последствия	Не сформированы знания об основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов. Не учитывает	Сформированы фрагментарные знания в области основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов. Учитывает последствия	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях в области основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и основы	Сформированы комплексные и систематические знания в области основных аспектах теории менеджмента в части управления

	управленчески х решений по активизации эффективност и работы специалистов в сфере рекламы и связей с общественност ью.	последствия управленческ их решений по активизации эффективност и работы специалистов в сфере рекламы и связей с общественнос тью.	управленческих решений по активизации эффективности работы специалистов в сфере рекламы и связей с общественность ю.	организаци и работы творческих коллективо в. Учитывает последстви я управленче ских решений по активизаци и эффективно сти работы специалист ов в сфере рекламы и связей с общественн остью.	ия малыми коллекти вами и основы организа ции работы творческ их коллекти вов. Учитыва ет последст вия управлен ческих решений по активиза ции эффекти вности работы специали стов в сфере рекламы и связей с обществе нностью.
Второй этап (уровень)	Уметь: укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникацио нной инфраструктур ы организации.	Не сформирован ы умения укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникаци онной инфраструкту ры организации.	Сформированы начальные умения укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникацион ной инфраструктуры организации.	Сформиров аны, но содержатся отдельные пробелы в умениях укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективно й коммуника ционной инфраструк	Сформир ованы на высоком уровне умения укрепляют отношен ия между членами творческ ого коллекти ва, участвов ать в создании эффекти вной

				туры организа ции.	коммуни кационн ой инфрастр уктуры организа ции.
Третий этап (уровень)	Владеть : методами социальных, гуманитарных и экономически х наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественнос тью, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональ ной деятельности.	Отсутствуют навыки владения методами социальных, гуманитарных и экономически х наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественнос тью, не способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональ ной деятельности.	Сформированы простейшие навыки владения методами социальных, гуманитарных и экономических наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественность ю, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональ ной деятельности.	Сформиров аны на базовом уровне навыки владения методами социальных , гуманитарн ых и экономичес ких наук в области управления малыми коллектива ми в сфере рекламы и связей с общественн остью, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемы х работников в ведении ими профессион альной деятельност и.	Сформир ованы на высоком уровне навыки владения методам и социальн ых, гуманита рных и экономи ческих наук в области управлен ия малыми коллекти вами в сфере рекламы и связей с обществе нностью, способен оцениват ь наиболее важные критерии для управляе мых работник ов в ведении ими професси ональной деятельн ости.

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

Для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знание основных аспектов коммуникационного менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов. 2. Понимание последствий управленческих решений по активизации эффективности работы менеджера по коммуникациям	ОК 6, ПК 2, ПК 3	Контрольная работа, тестирование
2-й этап Умения	1. Умение укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	ОК 6, ПК 2, ПК 3	Выступление по вопросам к семинарским занятиям, контрольная работа
3-й этап Владеть навыками	1. Владение методами социальных, гуманитарных и экономических наук в области управления малыми коллективами в	ОК 6, ПК 2, ПК 3	Выступление по вопросам к семинарским занятиям, Тестирование

	<p>сфере рекламы и связей с общественностью, 2. Способность оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональной деятельности.</p>		
--	---	--	--

а. Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

Методика оценивания для экзамена по дисциплине:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при дополнительных вопросах, использует в ответе материал используемой рекомендуемой литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на дополнительные вопросы.

Экзаменационные билеты

Примерные вопросы для экзамена:

1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения
2. Потoki информационного взаимодействия
3. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента
4. Социальная сфера коммуникационного процесса
5. Коммуникационный менеджмент как процесс
6. Объекты и субъекты коммуникаций
7. Виды и средства коммуникационного процесса
8. Методы коммуникационного менеджмента
9. Имидж компании – единица коммуникации
10. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс
11. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы
12. Информационно - психологические каналы связей с персоналом
13. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры

14. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации
15. Управление коммуникациями в период избирательных кампаний (политический менеджмент)
16. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности
17. Менеджмент Интернета и компьютерных сетей
18. Управление инвестиционными связями
19. Цели задачи коммуникационного менеджмента как учебной дисциплины.
20. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.
21. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
22. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.
23. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.
24. Формы и методы управления коммуникационным процессом.
25. Критерии эффективности в управлении коммуникациями.
26. Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.
27. Задачи менеджера по коммуникационному обеспечению деятельности фирмы.
28. Управления коммуникациями в кризисном периоде.
29. Управления коммуникациями в период избирательных кампаний.
30. Современные информационные войны: возможности управления.
31. Психологические войны: цели, участники, «полководцы», последствия.
32. Политический менеджмент: история, современные технологии.
33. Стратегии и тактики в управлении избирательными кампаниями.
34. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.
35. Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.
36. Асимметричность информационных потоков: причины, возможности управленческого воздействия.
37. Особенности управления коммуникациями в период деловых переговоров.
38. Влияние слухов и мифов на процесс управления коммуникациями.
39. Технологии скрытого управления общественным мнением.
40. Манипуляция общественным мнением как одна из задач коммуникатора.
41. Убеждение и манипулирование как стратегические задачи коммуникационного менеджмента: история, теория, практика.

Структура экзаменационного билета:

Образец экзаменационного билета:

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный университет»

Факультет философии и социологии

Кафедра Этики, культурологии и связей с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №3
по дисциплине Коммуникационный менеджмент

Направление - 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Профиль - коммуникационный менеджмент

1. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента
2. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.
3. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.

Утверждено на заседании кафедры протокол №__ от «__» _____ г.

И.о. Заведующего кафедрой _____ Иткулова Л.А.

- Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:
- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
 - хорошо – от 60 до 79 баллов;
 - удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
 - неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене :

Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16** баллов выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10** баллов выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Вопросы для семинаров

Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты

Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения

1. Понятие «коммуникация» и «коммуникации». Предмет и объект теории коммуникации.
2. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом.
3. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика.

Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.

1. Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента.
2. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента.

Тема 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте.

1. Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации.
2. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.

Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента.

1. Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации.
2. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.

Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.

1. Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления.
2. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п.
3. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.

Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.

1. Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности.
2. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации.
3. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников.
4. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.

1. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
2. Управление политическим и социальным маркетингом.

3. Коммуникационный менеджмент в сфере образования и в учреждениях культуры

Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.

1. Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров.
2. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.

Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение.

1. Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы.
2. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.
3. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.

Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.

1. Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры.
2. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.

Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент

1. Самомотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей.
2. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникативной стратегии организации

Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации.

1. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда.
2. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса.
3. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты исторических процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний,

подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач, тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует развитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 4 балла выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 2 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

Примерная тематика контрольных работ:

1. Цели задачи коммуникационного менеджмента как учебной дисциплины.
2. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.
3. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
4. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.
5. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.
6. Специфика управленческих усилий на всех этапах коммуникационного процесса.
7. Формы и методы управления коммуникационным процессом.
8. Критерии эффективности в управлении коммуникациями.
9. Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.
10. Задачи менеджера по коммуникационному обеспечению деятельности фирмы.
11. Пути повышения эффективности обратной связи при управлении коммуникационным процессом.
12. Паблик рилейшнз – как важнейшее звено в управлении коммуникациями.
13. Проблемы в обеспечении управляемости информационных потоков.
14. Критерии эффективности в организации управления внутрифирменными коммуникациями.
15. Управление коммуникациями в кризисном периоде.
16. Управление коммуникациями в период избирательных кампаний.
17. Современные информационные войны: возможности управления.
18. Психологические войны: цели, участники, «полководцы», последствия.
19. Влияние политической культуры населения на возможности управления коммуникациями.

20. Проблемы рационального управления коммуникациями: теория и практика.
21. Политический менеджмент: история, современные технологии.
22. Стратегии и тактики в управлении избирательными кампаниями.
23. Особенности управления межличностными коммуникациями внутри организации.
24. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.
25. Паблик рилейшнз как коммуникативная дисциплина.
26. Управление коммуникациями в областях связей с общественностью.
27. Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.
28. Особенности управления коммуникации в процессе выработки управленческого решения.
29. Менеджер по коммуникациям как профессия.
30. Управление механизмом формирования новостей как основа работы спиндоктора
31. Можно ли и как влиять на коммуникативное пространство (сферу коммуникационного процесса).
32. Асимметричность информационных потоков: причины, возможности управленческого воздействия.
33. Особенности управления коммуникациями в период деловых переговоров.
34. Влияние слухов и мифов на процесс управления коммуникациями.
35. Технологии скрытого управления общественным мнением.
36. Манипуляция общественным мнением как одна из задач коммуникатора.
37. Убеждение и манипулирование как стратегические задачи коммуникационного менеджмента: история, тория, практика.

Критерии оценки контрольной работы:

- Актуальность темы- соответствие содержания теме
- Глубина проработки материала - Правильность и полнота использования источников
- Соответствие оформления стандартам.

Описание шкалы оценивания:

Оценка **«отлично»** (8-10 баллов) ставится за самостоятельно написанный материал по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; сформированность компетенций: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6), владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2), владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Оценка **«хорошо»** ставится, если: ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично» - (5-7 баллов), но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание работы; допущены один – два недочета при освещении основного содержания темы, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя. В работе может быть недостаточно полно развернута аргументация.

Оценка **«удовлетворительно»** (3-4 балла) ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после замечаний преподавателя; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.

Оценка **«неудовлетворительно»** (0-2 балла) ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при

использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких замечаний преподавателя; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов; недостаточно сформированы навыки письменной речи; не сформированы умения и компетенции; реферат является плагиатом других работ более чем на 90%.

Примерные тесты по дисциплине:

1. Справедливо ли утверждение о том, что «коммуникационный менеджмент это управление информационными потоками»?
Да нет
2. Выберите слова, которые наиболее точно характеризуют основные задачи Коммуникационного менеджмента (необходимое подчеркнуть):
побуждать,
связи с общественностью,
мотивировать,
организовывать,
управлять,
заставлять,
приказывать,
принуждать
3. Можно ли считать термины «коммуникация» и «передача информации» синонимами?
Да Нет
4. Что является причиной тому, что современное общество называют «глобальной деревней»?
-научно-техническая революция,
-Интернет,
-нарастающий поток сведений.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>. Разработаны методические рекомендации по оформлению курсовых работ для бакалавров факультета философии и социологии [Электронный ресурс] / Башкирский государственный университет ; сост.: А. В. Силиванец; З. Ф. Аббарова; Г. Р. Гарипова .— Уфа : РИЦ БашГУ, 2018 .— Электрон. версия печ. публикации .— Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ .— <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/local/Silivanec_i_dr_MR_po_oform_kurs_rabot_bakalavry_FFiS_mu_2018.pdf>.

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

Основная литература:

1. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления / Т. Ю. Анопоченко и др. — Ростов н/Д : Феникс, 2010. — 380 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>

2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью : Учебное пособие / А. Н. Чумиков .— 2.изд., испр.и доп. — М. : Дело, 2001 .— 296с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>

Дополнительная литература:

3. Антипов К.В. Паблик рилейшнз для коммерсантов : Учебно-практ.пособие / Антипов К.В. — М. : "Дашков и К", 2000 .— 132с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
4. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / Московский гос. лингвистический ун-т; под ред. М. М. Васильевой .— Москва : Юрайт, 2014 .— 495 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+4+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации :для бакалавров и специалистов : учеб. пособие / Д. П. Гавра .— Санкт-Петербург : Питер, 2011 .— 288 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+13+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
6. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации : учеб. пособие / О. Л. Гнатюк .— 2-е изд., стер. — Москва : Кнорус, 2012 .— 256 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+2+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
7. Курлов А.Б. Основы теории коммуникации. : учеб. пособие / А. Б. Курлов .— Уфа : РИО Баш ГУ, 2002 .— 124 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+11+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
8. Паблик Рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса. / Под ред. Журавлева В.М.; Ассоциация авторов "Тандем" .— М. : Экмос, 1999 .— 352с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
9. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент : Учеб.пособие / Г.В.Пушкарева;Моск.гос.ун-т,Фак-т госуд.управления .— М. : Дело, 2002 .— 400с.
10. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности / Синяева И.М.; Под ред.проф.Васильева Г.А. — М. : Юнити, 1998 .— 287с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>

Литература для работы над курсовой работой:

1. Андреев Г.И., Смирнов С.А., Тихомиров В.А. Основы научной работы и оформление результатов научной деятельности: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
2. Ануфриев А.Ф. Научное исследование. Курсовые, дипломные и диссертационные работы. – М.: Ось-89, 2007. – 112 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+8+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
3. Басаков М.И. От реферата до дипломной работы: рекомендации студентам по оформлению текста. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 62 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+5+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
4. Волков Ю.Г. Как написать диплом, курсовую, реферат: учебник для вузов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 127 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
5. Кожухар В.М. Основы научных исследований: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2010. – 216 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+6+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
6. **Кузнецов, И.Н.** Основы научных исследований. Учебное пособие для бакалавров [Электронный ресурс] / Кузнецов И. Н. — М. : Дашков и Ко, 2017 .— 283 с. — (Учебные издания для бакалавров) . Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— ISBN 978-5-394-01947-0 .— <URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=450759&sr=1>.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.

2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г

Перечень информационных справочных систем:
 ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
 ЭБС издательства «Лань»;
 ЭБС «Электронный читальный зал».

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Лекции	<p align="center">Аудитория № 319</p> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Практические занятия	<p align="center">Аудитория № 319</p> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.
<p><i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><i>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</i> аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4). аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Индивидуальные и групповые консультации, промежуточная аттестация.	<p align="center">Аудитория № 319</p> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.
		<p align="center">Аудитория 419 Лаборатория ИТ</p> Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок (15 штук). ПО: <ol style="list-style-type: none"> Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г

<p><i>помещения для самостоятельной работы:</i> читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса 3/4).</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Читальный зал №5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>
--	-------------------------------	---

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Коммуникационный менеджмент на 7 семестр
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	39,2
лекций	18
практических/ семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	3,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	16
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	52,8

Форма контроля:

Экзамен 7 семестр

В том числе курсовая работа в 7 семестре, контактных часов -2, часов на самостоятельную работу 6.

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p>Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты</p> <p>Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения Понятие «коммуникации», «информация», «коммуникационный менеджмент», «социальный менеджмент коммуникаций» (СМК). Предмет и объект теории коммуникации. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом. Коммуникационный менеджмент и менеджмент коммуникаций.</p>	2	2		1	1-2	1. Знакомство с рекомендуемой литературой; 2. Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2.	<p>Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента.</p>	2	1		1	1-2, 3-10	1. Подготовка конспекта лекций; 2. Подбор материала курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

3.	<p>Тема 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте</p> <p>Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.</p>	2	2		0	1-2, 3-10	<p>1. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>2. Подготовка к тестированию</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
4.	<p>Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента</p> <p>Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.</p>	1	1		0,5	1-5, 6-11	<p>1. Подготовка плана курсовой работы;</p> <p>2. Конспектирование.</p>	Выступление по вопросам семинарского занятия
5	<p>Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации</p> <p>Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления,</p>	1	1		0,5	1-2, 3-10	<p>1. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>1. Подготовка к тестированию</p>	Тестирование

	политическими группами, комитетами и т.п. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.							
6	<p>Модуль 2. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и организации</p> <p>Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.</p> <p>4</p> <p>1,2, 3, 5, 9, 11, 12,</p> <p>24</p> <p>Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации. Особенности коммуникационного</p>	2	2		0,5	1-2,3-10	<p>1. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>2. Подбор материала для курсовой работы.</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.							
7	Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом. Коммуникационный менеджмент в сфере образования и в учреждениях культуры	2	1		0,5	1-2, 3-10	1. Подготовка конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию	Контрольная работа
8	Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления. Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.	2	2		0,5	1-6	1. Конспектирование.	Тестирование
	Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и	1	1		0,5	3-10	1. Знакомство с рекомендуемой	Выступление по вопросам к

<p>общение.</p> <p>Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.</p>						<p>литературой; Подготовка материала к докладу.</p>	<p>семинарским занятиям</p>
<p>Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.</p> <p>Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.</p>	1	1		0,5	3-10	<p>1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к тестированию</p>	<p>Выступление по вопросам к семинарским занятиям</p>
<p>Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент.</p> <p>Самотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей,</p>	1	1		1	3-10	<p>1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к докладу</p>	<p>Выступление по вопросам к семинарским занятиям</p>

	направление своих усилий на выполнение обязанностей. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникативной стратегии организации							
	Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.	1	1		1	3-10	1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка литературы к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	Курсовая работа		2		6	Литература для работы над курсовой работой: 1-12	Курсовая работа представляет собой учебную, научно-методическую работу студента, выполняемую под руководством преподавателя	

						<p>по дисциплинам, входящим в базовую часть учебного плана. Цель курсовой работы – развитие навыков самостоятельной научной, научно-методической, аналитической работы студентов. Написание научно-исследовательской работы предполагает применение навыков творческой составляющей процесса исследования; овладение инструментами поисковой, информационно-аналитической работы; углубленное изучение определенной области, проблемы в рамках изучаемых дисциплин.</p>	
	ИТОГО:	18	18		16		

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Коммуникационный менеджмент на
5 курс 2 сессия заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	33,7
лекций	12
практических/ семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	3,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	66,5
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	7,8

Форма контроля:

Экзамен 5 курс 2 сессия

В том числе курсовая работа на 5 курсе во второй сессии, контактных часов -2, часов на самостоятельную работу 6.

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p>Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты</p> <p>Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения Понятие «коммуникации», «информация», «коммуникационный менеджмент», «социальный менеджмент коммуникаций» (СМК). Предмет и объект теории коммуникации. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом. Коммуникационный менеджмент и менеджмент коммуникаций.</p>	2	2		6	1-2	3. Знакомство с рекомендуемой литературой; 4. Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2.	<p>Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента.</p>	2	1		6	1-2, 3-10	3. Подготовка конспекта лекций; 4. Подбор материала курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
3.	<p>Тема 3. Организационные</p>	1	2		6	1-2, 3-10	3. Подготовка	Выступление

	<p>отношения в коммуникационном менеджменте Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.</p>						<p>конспекта лекций; 4. Подготовка к тестированию</p>	<p>по вопросам к семинарским занятиям</p>
4.	<p>Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.</p>	1	1		6	1-5, 6-11	<p>3. Подготовка плана курсовой работы; 4. Конспектирование.</p>	<p>Выступление по вопросам семинарского занятия</p>
5	<p>Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т.п. Инструменты и</p>	1	1		6	1-2, 3-10	<p>2. Подготовка конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию</p>	<p>Тестирование</p>

	мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.							
6	<p>Модуль 2. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и организации</p> <p>Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.</p> <p>4</p> <p>1,2, 3, 5, 9, 11, 12,</p> <p>24</p> <p>Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по</p>	1	2		6	1-2,3-10	<p>3. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>4. Подбор материала для курсовой работы.</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.							
7	Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом. Коммуникационный менеджмент в сфере образования и в учреждениях культуры	1	1		6	1-2, 3-10	3. Подготовка конспекта лекций; 4. Подготовка к тестированию	Контрольная работа
8	Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления. Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.	1	2		6	1-6	2. Конспектирование.	Тестирование
	Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение. Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы. Общение как	1	1		6	3-10	2. Знакомство с рекомендуемой литературой; Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	социально-психологическая и коммуникационная категория. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.							
	<p>Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.</p> <p>Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.</p>	1	1		6	3-10	2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	<p>Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент.</p> <p>Самотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникативной стратегии организации</p>	1	1		0,5	3-10	2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации.</p> <p>Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.</p>	1	1		-	3-10	2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка литературы к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	Курсовая работа		2		6	Литература для работы над курсовой работой: 1-12	Курсовая работа представляет собой учебную, научно-методическую работу студента, выполняемую под руководством преподавателя по дисциплинам, входящим в базовую часть учебного плана. Цель курсовой работы – развитие навыков самостоятельной научной, научно-методической, аналитической работы студентов. Написание научно-	

							исследовательской работы предполагает применение навыков творческой составляющей процесса исследования; овладение инструментами поисковой, информационно- аналитической работы; углубленное изучение определенной области, проблемы в рамках изучаемых дисциплин.	
	ИТОГО:	12	18		66,5			

Коммуникационный менеджмент

специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	5	0	10
3. Выступление по вопросам к семинарским занятиям	2	5	0	5
Рубежный контроль				
1. Тестирование		1	0	15
Модуль 2. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и организации				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	5	0	10
2. Контрольная работа	5	1	0	10
3. Выступление по вопросам к семинарским занятиям	2	5	0	5
Рубежный контроль				
1. Тестирование		1	0	15
Поощрительные баллы				
1. Студенческая олимпиада			0	5
2. Публикация статей			0	5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
1. Экзамен				30