

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования
Должность: Ректор «Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»
Дата подписания: 24.10.2022 15:30:08
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникационный менеджмент

(наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____

Квалификация выпускника _____ Бакалавр _____

Направленность (профиль) _____ Реклама и связи с общественностью _____

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Раздел 1. Сущность, понятие и основные категории коммуникационного менеджмента.

Тема 1.1. Общие представления о дисциплине Коммуникационный менеджмент.

Тема 1.2. Коммуникационный менеджмент как процесс.

Тема 1.3. Механизмы управления коммуникациями.

Раздел 2. Информационные коммуникационные потоки.

Тема 2.1. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы.

Тема 2.2. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации.

Раздел 3. Специализированный коммуникационный менеджмент.

Тема 3.1. Профессионально ориентированный коммуникационный менеджмент.

Тема 3.2. Слухи как вид коммуникационного воздействия.

Тема 3.3. Кризисный коммуникационный менеджмент.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Раздел 1. Сущность, понятие и основные категории коммуникационного менеджмента.

Тема 1.1. Общие представления о дисциплине Коммуникационный менеджмент.

Коммуникационный менеджмент как предмет изучения. «Потоки информационного взаимодействия»: что это такое? Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента. Социальная сфера коммуникационного процесса.

Тема 1.2. Коммуникационный менеджмент как процесс.

Объекты и субъекты коммуникаций. Коммуникатор. Целевая аудитория. Каналы коммуникации. Этапы процесса коммуникационного менеджмента. Определение проблемы. Планирование и программирование. Действие и коммуникация.

Тема 1.3. Механизмы управления коммуникациями.

Виды и средства коммуникационного процесса. Методы коммуникационного менеджмента. Имидж компании – единица коммуникации. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс. Менеджер по коммуникациям или просто – коммуникатор. Менеджер публичных отношений. Рекламист. Пресс-секретарь. Спичрайтер. Спидоктор. Имиджмейкер. Переговорщик. Кризисник. Лоббист. Специалист по слухам

Раздел 2. Информационные коммуникационные потоки.

Тема 2.1. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы.

Информационно-психологические каналы связей с персоналом. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры. Кружки качества - как механизм формирования корпоративной культуры. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности». Опросы общественного мнения - важнейший канал обратной связи.

Тема 2.2. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации.

Управление коммуникациями в период избирательных кампаний (политический менеджмент). Коммуникационный менеджмент в международной деятельности. Менеджмент Интернета и компьютерных сетей. Управление инвестиционными связями.

Раздел 3. Специализированный коммуникационный менеджмент.

Тема 3.1. Профессионально ориентированный коммуникационный менеджмент.

Коммуникационный менеджмент как функция управления организацией. Особенности внутренних коммуникаций. Виды коммуникаций в организациях. Формы деловой коммуникации. Особенности маркетинговых коммуникаций. Понятие межкультурной коммуникации. Уровни межкультурной коммуникации. Формы межкультурной коммуникации. Лингвокультурологические аспекты. Типы восприятия межкультурных различий. Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации. Электоральная политическая коммуникация. Политическая коммуникация в информационном обществе.

Тема 3.2. Слухи как вид коммуникационного воздействия.

Понятие «слух». Слухи в организациях. Темы слухов. Способы использования слухов. Слухи в рекламе, антирекламе и контррекламе. Как бороться с антирекламой. Способы запуска слухов.

Тема 3.3. Кризисный коммуникационный менеджмент.

Особенности кризисного коммуникационного менеджмента. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Семиотические механизмы воздействия. Коммуникативные механизмы воздействия. Когнитивные механизмы воздействия.

Практические занятия

Раздел 1. Сущность, понятие и основные категории коммуникационного менеджмента.

Разработать коммуникационный имидж компании и обеспечить его управление профильным специалистом.

Раздел 2. Информационные коммуникационные потоки.

Разработать информационно-психологические каналы связей с персоналом произвольно выбранной организации и выстроить на их основе модель корпоративной культуры.

Разработать и осуществить модель политической или электоральной коммуникации на примере избирательной кампании муниципального уровня или политических телевизионных дебатов.

Раздел 3. Специализированный коммуникационный менеджмент.

Проанализировать конкретную ситуацию, связанную с воздействием слуха на организацию и ее клиентов.

Проанализировать конкретную кризисную ситуацию и выявить ошибки, связанные с неэффективным коммуникационным воздействием на аудиторию.

Семинарские занятия

Раздел 1. Сущность, понятие и основные категории коммуникационного менеджмента.

Тема 1.1. Общие представления о дисциплине Коммуникационный менеджмент.

Коммуникационный менеджмент как предмет изучения. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента.

Тема 1.2. Коммуникационный менеджмент как процесс.

Объекты и субъекты коммуникационного менеджмента. Планирование и программирование.

Тема 1.3. Механизмы управления коммуникациями.

Методы коммуникационного менеджмента.

Менеджер по коммуникациям или просто – коммуникатор.

Раздел 2. Информационные коммуникационные потоки.

Тема 2.1. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы.

Информационно-психологические каналы связей с персоналом. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

Тема 2.2. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации.

Коммуникационный менеджмент в международной деятельности. Управление инвестиционными связями. Менеджмент Интернета и компьютерных сетей.

Раздел 3. Специализированный коммуникационный менеджмент.

Тема 3.1. Профессионально ориентированный коммуникационный менеджмент.

Межкультурный коммуникационный менеджмент. Политический коммуникационный менеджмент.

Тема 3.2. Слухи как вид коммуникационного воздействия.

Способы использования слухов. Способы запуска слухов.

Тема 3.3. Кризисный коммуникационный менеджмент.

Механизмы воздействия. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим (семинарским) занятиям, выполнение самостоятельных заданий,

изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Менеджмент как наука. Суть управления.
2. Суть коммуникационного менеджмента, его функции и задачи.
3. Организация и ее признаки. Внутренняя и внешняя среда организации.
4. Законы существования организации. Разновидности организации.
5. Корпоративная культура организации. Компоненты корпоративной культуры, ее функции.
6. Типы корпоративной культуры, формальные и неформальные ценности.
7. Управление репутацией организации, корпоративный репутационный PR.
8. Управление имиджем организации, стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.
9. Коммуникационный менеджмент и публич рилейшнз.
10. Коммуникационный процесс и его структура. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.
11. Особенности работы руководителя. Стили управления. Стили коммуникаций как характеристика менеджера.
12. Коммуникация и информация. Информационно-инструментальная парадигма изучения коммуникации.
13. Информационно-коммуникационная модель управления. Классификация информации.
14. Требования к управленческой информации. Алгоритм информационного поиска.
15. Коммуникационный менеджмент как процесс. Коммуникатор, целевая аудитория, ключевое сообщение, каналы коммуникаций.
16. Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия.
17. Интегрированные маркетинговые коммуникации в коммуникационном менеджменте.
18. Принципы планирования в коммуникационном менеджменте.
19. Коммуникационная программа как основа планирования. Определение проблемы.
20. Планирование и программирование как этап коммуникационной программы: что необходимо изменить, сделать, исходя из известного о ситуации?
21. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы: кто, где, как именно, когда должен это сделать?
22. Оценка и контроль коммуникационной программы.
23. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте. Природа процесса принятия решений. Организационные решения.
24. Подходы к принятию решений. Рациональное решение.
25. Системный и ситуационный подходы к управлению. Моделирование ситуаций.
26. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
27. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью, коммуникационный аудит.
28. Компьютерные программы обработки социальной информации.
29. Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.
30. Сущностные и содержательные признаки управления.

31. Характеристика ценностных приоритетов управления.
32. Что имеется общего и каковы отличия функций управления?
33. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента.
34. В чем состоит специфика функций коммуникационного менеджмента.
35. Раскройте смысл перспектив коммуникационного менеджмента.
36. Каково содержание ключевых проблем PR-деятельности?
37. Основные характеристики репутационных технологий.
38. В чем сходство и в чем отличие технологий имиджирования от репутационных технологий?
39. Виды публичного общения.
40. Охарактеризуйте средства публичной коммуникации?
41. Методы публичного воздействия.
42. Процедуры планирования и контроля PR-акций.
43. Меры упреждения и преодоления кризисных ситуаций и массовых конфликтов публичного общения.
44. Перечислите различия «белого» и «черного» PR, дайте краткую характеристику этим отличиям.
45. Каковы основные права и обязанности СМИ?
46. Каковы правовые гарантии деятельности СМИ?
47. Какие виды наказания установлены для нарушителей законодательства о СМИ?
48. Что такое политический маркетинг? Приведите примеры его деятельности.
49. Что такое социальный маркетинг? Приведите примеры его деятельности.
50. Каковы роль и место организации связи с общественностью в системе муниципального управления?
51. Раскройте специфику деятельности служб по связи с общественностью, действующих на местном уровне.
52. Каковы основные факторы интеллектуализации менеджмента?
53. Определите подходы к построению эффективной системы стимулирования персонала.
54. Какой смысл понятия «культура управленческого общения»?

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 - Способен организовывать мероприятия, способствующих увеличению продаж продукции СМИ.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-5 (ПК-2). Выбирает оптимальные способы управления внутренними и внешними коммуникационными потоками	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-5 (ПК-2) механизмы управления коммуникациями;
	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-5 (ПК-2) управлять информационными потоками внутри фирмы; РО-3 ИД-5 (ПК-2) управлять коммуникационными процессами во внешней сфере организации;
	<i>владеет</i> РО-4 ИД-5 (ПК-2) навыками специализированного коммуникационного менеджмента.

6.2 Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Тест

1. Термин коммуникация введен в научный оборот:

- a) в начале XX века
- b) в XIX веке
- c) в эпоху нового времени

2. Адресант коммуникации – это...

- a) получатель
- b) аудитория слушателей
- c) отправитель

3. Вербальная коммуникация – это...

- a) письменная речь
- b) речевое общение людей
- c) несловесный язык

4. Естественные каналы коммуникации – это...

- a) зрение
- b) слух
- c) телеграф
- d) телефонная связь
- e) интернет

5. К источникам коммуникационного процесса относятся:

- a) только индивиды
- b) индивиды, группы людей, общественные институты
- c) общественные институты

6. Цель манипулятивного общения – это:

- a) поддержание социальных связей
- b) взаимопонимание
- c) влияние и давление на индивидов в своих целях

7. Социальная коммуникация – это:

- a) форма взаимодействия людей по передаче информации, осуществляемой при помощи знаковых систем
- b) взаимосвязь всех сфер общества при помощи технических средств
- c) информационная связь субъекта с объектом

8. Информация – это:

- a) сведения о чем-либо, передаваемые людьми
- b) субъект-объектное отношение в виде диалога
- c) обратная связь, как реакция на стимул

9. Наличие субъектов коммуникации – это отличительный признак коммуникативного контакта:

- a) электронного
- b) спонтанного
- c) межличностного

10. Теория коммуникации – это:

- a) наука о языке
- b) область научного знания о коммуникационных процессах
- c) сфера использования технических средств информации

11. Необходимым условием коммуникации является:

- a) обратная связь
- b) знание языка собеседника
- c) общность интересов собеседников

12. Технические науки изучают в коммуникации:

- a) смысловую сторону сигналов
- b) потребителей технического оборудования
- c) вопросы количества информации, скорости и качества ее передачи

13. Кто не занимался исследованиями систем научного управления:

- a) Фредерик Тэйлор
- b) Макс Вебер
- c) Иммануил Кант
- d) Анри Файоль

14. «Хотторнский эффект» положил начало...

- a) кибернетике
- b) герменевтике
- c) неоклассической школе человеческих отношений

15. Парадигма – это...

- a) геометрическая конструкция
- b) научная теория, воплощенная в определенной исторической системе понятий
- c) биологическая модель

16. Дугласу Макгрегору принадлежит значительная роль в разработке:

- a) философских концепций
- b) теории психоанализа
- c) теории X и У

17. Модели организационного поведения называются:

- a) авторитарная
- b) поддерживающая
- c) опекунская
- d) социологическая

18. Преобразования сигнала в форму, обеспечивающую его передачу по каналу коммуникации – это:

- a) кодирование
- b) процесс передачи обратной связи
- c) интерпретация

19. Основание для деления коммуникации на непосредственную и опосредованную:

- a) наличие субъектов коммуникации
- b) условия взаимодействия
- c) технические средства коммуникации

20. Что такое коммуникации в организациях?

- a) Маркетинг
- b) Менеджмент
- c) Информационные каналы

21. Какое название получила теория, дополняющая модель Д. Макгрегора:

- a) теория D
- b) теория Альфа
- c) теория Z

22. Исследованиями в области деловых культурных различий занимался:

- a) Г. Хофстед
- b) Э. Мэйо
- c) Ли Якокка

23. Как называют неформальные деловые коммуникации?

- a) «морской бой»
- b) «правила буравчика»
- c) «виноградная лоза»

24. Описательные исследования проводятся с целью:

- a) понять потребителя, оценить рынок или действия конкурентов

b) исследовать большую общность людей, отличающихся разнообразными характеристиками

c) выявить глубокоскрытые причины изучаемого явления

25. Метод сбора первичной информации, заключающийся в непосредственном восприятии и регистрации процессов, явлений, событий – это:

a) эксперимент

b) деловая разведка

c) наблюдение

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов к зачету

РО-1 ИД-5 (ПК-2) знает механизмы управления коммуникациями;

1. Менеджмент как наука. Суть управления.
2. Суть коммуникационного менеджмента, его функции и задачи.
3. Организация и ее признаки. Внутренняя и внешняя среда организации.
4. Законы существования организации. Разновидности организации.
5. Коммуникационный процесс и его структура. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.
6. Коммуникация и информация. Информационно-инструментальная парадигма изучения коммуникации.
7. Принципы планирования в коммуникационном менеджменте.
8. Коммуникационная программа как основа планирования. Определение проблемы.
9. Планирование и программирование как этап коммуникационной программы: что необходимо изменить, сделать, исходя из известного о ситуации?
10. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы: кто, где, как именно, когда должен это сделать?
11. Оценка и контроль коммуникационной программы.
12. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте. Природа процесса принятия решений. Организационные решения.
13. Подходы к принятию решений. Рациональное решение.

ii.

РО-2 ИД-5 (ПК-2) умеет управлять информационными потоками внутри фирмы;

1. Корпоративная культура организации. Компоненты корпоративной культуры, ее функции.
2. Типы корпоративной культуры, формальные и неформальные ценности.
3. Особенности работы руководителя. Стили управления. Стили коммуникаций как характеристика менеджера.
4. Информационно-коммуникационная модель управления. Классификация информации.
5. Требования к управленческой информации. Алгоритм информационного поиска.
6. Коммуникационный менеджмент как процесс. Коммуникатор, целевая аудитория, ключевое сообщение, каналы коммуникаций.

РО-3 ИД-5 (ПК-2) умеет управлять коммуникационными процессами во внешней сфере организации;

1. Управление репутацией организации, корпоративный репутационный PR.
2. Управление имиджем организации, стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.
3. Коммуникационный менеджмент и публич рилейшнз.
4. Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия.
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации в коммуникационном менеджменте.

РО-4 ИД-5 (ПК-2) владеет навыками специализированного коммуникационного менеджмента.

1. Системный и ситуационный подходы к управлению. Моделирование ситуаций.

Список экзаменационных вопросов

РО-1 ИД-5 (ПК-2) знает механизмы управления коммуникациями;

1. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
2. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью, коммуникационный аудит.
3. Компьютерные программы обработки социальной информации.
4. Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.
5. Сущностные и содержательные признаки управления.
7. Характеристика ценностных приоритетов управления.
8. Что имеется общего и каковы отличия функций управления?
9. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента.
10. В чем состоит специфика функций коммуникационного менеджмента.
11. Раскройте смысл перспектив коммуникационного менеджмента.

РО-2 ИД-5 (ПК-2) умеет управлять информационными потоками внутри фирмы;

1. Определите подходы к построению эффективной системы стимулирования персонала.
2. Какой смысл понятия «культура управленческого общения»?

РО-3 ИД-5 (ПК-2) умеет управлять коммуникационными процессами во внешней сфере организации;

1. Каково содержание ключевых проблем PR-деятельности?
2. Виды публичного общения.
3. Охарактеризуйте средства публичной коммуникации?
4. Методы публичного воздействия.
5. Процедуры планирования и контроля PR-акций.
6. Каковы основные права и обязанности СМИ?
7. Каковы правовые гарантии деятельности СМИ?

8. Какие виды наказания установлены для нарушителей законодательства о СМИ?

РО-4 ИД-5 (ПК-2) владеет навыками специализированного коммуникационного менеджмента.

1. Основные характеристики репутационных технологий.
2. В чем сходство и в чем отличие технологий имиджирования от репутационных технологий?
3. Меры упреждения и преодоления кризисных ситуаций и массовых конфликтов публичного общения.
4. Перечислите различия «белого» и «черного» PR, дайте краткую характеристику этим отличиям.
5. Что такое политический маркетинг? Приведите примеры его деятельности.
6. Что такое социальный маркетинг? Приведите примеры его деятельности.
7. Каковы роль и место организации связи с общественностью в системе муниципального управления?
8. Раскройте специфику деятельности служб по связи с общественностью, действующих на местном уровне.
9. Каковы основные факторы интеллектуализации менеджмента?

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено».

Зачет. Критерии выставления оценок

Допуск к зачету осуществляется на основании посещаемости студентом аудиторных занятий и успешном освоении материалов лекций и семинаров.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «зачтено», либо «не зачтено».

Оценка «зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- полного и правильного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов;
- самостоятельной подготовки обучающегося к ответу в установленные для этого сроки, исключая использование нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам;

- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «зачтено» может быть выставлена также при соблюдении вышеперечисленных требований в основном, без существенных ошибок и пробелов при изложении обучающимся учебного материала, приведении ссылок на нормативно-правовые акты, а также на их отдельные принципиально значимые положения.

Оценка «не зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по одному или всем вопросам;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по одному или всем вопросам;
- невладения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков может служить основанием для выставления обучающемуся оценки «не зачтено».

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающимся в случаях:

- необходимости конкретизации информации по вопросам с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний отвечающего по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

В случае, когда для проведения промежуточной аттестации в форме тестирования используется шкала, включающая оценки «зачтено» и «не зачтено», то

«Зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы составляют от 50% до 100% от общего количества

«Не зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы на тест составляют менее 50 %.

Экзамен. Критерии выставления оценок

На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;

- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущения обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;

- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

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

Основная:

1. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / составители А. Л. Кузеванова. — Волгоград : Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2009. — 137 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/11327.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная:

1. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 144 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39000.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. <http://www.yurist.ru>
4. <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ: [Информационно-правовой портал]
5. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- Международное право

9. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016

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

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);
- учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния

здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.