

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ульяновский государственный педагогический университет  
имени И.Н. Ульянова»  
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет права экономики и управления  
Кафедра теоретических основ экономики и правоведения

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебно-методической  
работе С.Н. Титов

## **КОММУНИКАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Программа учебной дисциплины модуля Технологии управления персоналом  
основной профессиональной образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата по направлению подготовки  
38.03.03 Управление персоналом,  
направленность (профиль) образовательной программы  
Управление персоналом в бизнесе  
(очно-заочная форма обучения)

Составитель: Рябова М.А., к.э.н., доцент  
кафедры теоретических основ экономики и  
правоведения

Рассмотрено и одобрено на заседании ученого совета факультета права, экономики  
и управления, протокол от «18» мая 2024 г. №10

Ульяновск, 2024

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникативный менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) модуля Технологии управления персоналом учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, направленность (профиль) образовательной программы «Управление персоналом в бизнесе», очно-заочной формы обучения.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках школьной программы по обществознанию.

Результаты изучения дисциплины являются основой для изучения следующих дисциплин: «Технологии адаптации и управление профессиональным развитием», «управление социальным развитием организации» и др.

### 1. Перечень планируемых результатов обучения (образовательных результатов) по дисциплине

**Целью** освоения дисциплины «Коммуникативный менеджмент» является формирование у будущего бакалавра системы знаний и навыков по основам коммуникационного менеджмента и коммуникационным процессам.

**Задачами** освоения дисциплины являются:

- изучить теоретические основы коммуникационного менеджмента;
- освоить принципы организации эффективного коммуникационного процесса;
- освоить методику определения эффективности коммуникаций;
- изучить особенности коммуникационного менеджмента в организациях.

В результате освоения программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Коммуникативный менеджмент» (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины)		
	знает	умеет	владеет
ПК-4 Способен использовать знания основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала  ПК-4.1. Осознает сущность социализации личности в обществе и трудовом коллективе.  ПК-4.2. Определяет функциональные роли работников в организации с учетом	ОР-1 социальные отношения имеют субъектно-объектный характер и определенную направленность;	ОР-2 создавать ситуации для формирования определенных социальных качеств работника;	ОР-3 технологиями адаптации персонала в сфере трудовых отношений;

<p>различных оснований дифференциации.</p> <p>ПК-4.3. Владеет социально-психологическими методами для определения ролевой структуры коллектива, а также методами тестирования, наблюдения, анализа биографических данных и другими.</p> <p>ПК.4.4. Имеет опыт проведения специальных мероприятий: профессиональное просвещение, проф. консультация, проф. отбор.</p> <p>ПК-4.5. Способен апробировать принципы трудовой адаптации персонала.</p> <p>ПК-4.6. Отличает особенности первичной и вторичной адаптации работников.</p>			
<p>ПК-10 Способен разрабатывать и внедрять кадровую и управленческую документацию, оптимизировать документооборот и схемы функциональных взаимосвязей между подразделениями</p> <p>ПК-10.1. Знает основы формирования документооборота на предприятии.</p> <p>ПК-10.2. Владеет навыками составления графика документооборота с учетом организационной структуры управления.</p> <p>ПК-10-3 Умеет классифицировать</p>	<p>ОР-4 правовые основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации;</p>	<p>ОР-5 формировать график документооборота на принципах четкости, ритмичности, непрерывности, параллельности;</p>	<p>ОР-6 навыками выбора формы документооборота с учетом обеспечения эффективности функциональных взаимосвязей между подразделениями;</p>

<p>кадровую управленческую документацию.</p>	<p>и</p>		
<p>ПК-12 Способен вести кадровое делопроизводство и организовывать архивное хранение кадровых документов в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами, знает основы кадровой</p> <p>ПК-12.1 Знать: методы конфликтологии для работы в коллективе, принципы организации образовательных и координации бесконфликтного взаимодействия между людьми; нормативные правовые акты, касающиеся разрешения трудовых споров</p> <p>ПК-12.2 Уметь: применять методы диагностики и управления стрессами в организации; организовывать и эффективно осуществлять посредническую деятельность; применять методы и приемы управления и регуляции организационных конфликтов и трудовых споров;</p> <p>ПК-12.3 Владеть: навыками построения и развития эффективных бесконфликтных взаимодействий; навыками диагностики и</p>	<p>ОР-7 основные теории мотивации и стимулирования деятельности, условия и факторы, способствующие стимулированию эффективной трудовой деятельности;</p>	<p>ОР-8 проектировать системы мотивации и стимулирования персонала с учетом комплекса экономических и социальных факторов;</p>	<p>ОР-9 навыками реализации технологии внедрения системы мотивации и стимулирования персонала.</p>

управления конфликтами в организации			
--	--	--	--

**2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Номер семестра	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные занятия, час	Самостоят. работа, час	
	Трудоемкость						
	Зач. ед.	Часы					
2	3	108	12	18	-	51	Экзамен (27)
Итого:	3	108	12	18	-	51	Экзамен (27)

**3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**3.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекционные занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
<b>2 семестр</b>				
Тема 1. Специфика управления как деятельности	2	-	-	2
Тема 2. Коммуникационный менеджмент: основные положения и базовые характеристики	2	-	-	2
Тема 3. Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR	2	-	-	2
Тема 4. Теории коммуникаций	2	-	-	2
Тема 5. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга	2	-	-	2

Тема 6. Специфика целевых аудиторий. Корпоративные коммуникации	2	-	-	2
Тема 7. Управление PR-акциями	-	2	-	2
Тема 8. Специфика корпоративной идентичности	-	2	-	2
Тема 9. Формирование и продвижение корпоративного имиджа	-	2	-	2
Тема 10. Корпоративный дизайн и фирменный стиль	-	2	-	2
Тема 11. Содержание коммуникационной политики организации	-	2	-	2
Тема 12. Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций	-	2	-	2
Тема 13. Формы и методы связей с общественностью	-	2	-	2
Тема 14. Профессиональные требования к персоналу	-	2	-	2
Тема 15. Факторы конкурентоспособности персонала	-	2	-	2
Тема 16. Особенности коммуникологических исследований	-	-	-	4
Тема 17. Организация связей с общественностью в различных сферах социально-экономической жизни	-	-	-	4
Тема 18. Этика коммуникационного менеджмента и PR	-	-	-	4
Тема 19. Ресурсы коммуникационного менеджмента	-	-	-	4
Тема 20. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности	-	-	-	5
<b>Итого по 3 семестру</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>51</b>

3.2.

*Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины*

**Краткое содержание курса (2 семестр)**

**Тема 1. Специфика управления как деятельности**

Сущность управления. Управление и руководство. Структура управления. Типология управления. Ценностные приоритеты. Принципы управления. Функции управления, их классификация. Критерии оценки управленческой деятельности.

**Тема 2. Коммуникационный менеджмент: основные положения и базовые характеристики**

Понятие коммуникационного менеджмента. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента. Корпоративные коммуникации как предмет коммуникационного менеджмента. Объекты и субъекты корпоративных коммуникаций. Гуманитарный смысл, прикладная и

целевая направленность коммуникационного менеджмента. Специфика функций коммуникационного менеджмента. Коммуникации как объект управления. Основное содержание коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационного менеджмента. Социальный коммуникационный менеджмент. Коммуникационный процесс и информационные технологии. Перспективы развития коммуникационного менеджмента.

### **Тема 3. Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR**

История развития паблик рилейшнз (PR). Зарождение PR в США. Периодизация развития PR-деятельности. Развитие PR в России. Основные понятия паблик рилейшнз, группы понятий, соотношение понятий. Соотношение паблик рилейшнз, маркетинга и рекламы. Особенности трансформации паблик рилейшнз. Соотношение понятий корпоративные коммуникации и паблик рилейшнз. Междисциплинарное положение PR. Паблик рилейшнз как функция маркетинга и как функция менеджмента.

### **Тема 4. Теории коммуникаций**

Соотношение понятий "коммуникация" и "общение". Общение как базовое понятие коммуникационного менеджмента. Понятие и основные модели коммуникаций. Поведенческая, информационная, образная, психоаналитическая концепции. Концепции НЛП. Коммуникационный процесс. Роль и уровни коммуникации в организациях. Коммуникативные роли. Выявление коммуникативных проблем. Вербальные коммуникации: публичные выступления, ведение переговоров. Письменные коммуникации. Невербальные коммуникации и косвенные коммуникационные воздействия.

### **Тема 5. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга**

Маркетинговые коммуникации. Осуществление маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций в маркетинге. Факторы эффективности коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговых коммуникаций. Фазы процесса рекламной коммуникации. Связи с общественностью. Стимулирование сбыта. Эффективные средства стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта. Личная продажа. Особенности личной продажи, ее достоинства и недостатки. Прямой маркетинг. Формы прямого маркетинга. Стратегия маркетинговых коммуникаций. Маркетинговая коммуникационная система.

### **Тема 6. Специфика целевых аудиторий. Корпоративные коммуникации**

Целевые группы коммуникационного менеджмента. Виды публичного общения. Стратегии взаимодействия. Цели публичного общения. Глубина и действенность PR-воздействия. Средства публичной коммуникации. Классификация средств публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия.

### **Тема 7. Управление PR-акциями**

Планирование и контроль. Принципы планирования. Этапы планирования PR-кампании. Контроль PR-акций. Утверждение и решение публичных конфликтов. Типология кризисных ситуаций в публичном общении. PR-акции по преодолению слухов. Типология преодоления публичных конфликтов.

### **Тема 8. Специфика корпоративной идентичности**

Понятие корпоративной идентичности. Человек в поисках идентичности. Субъекты корпоративной идентичности. Корпоративная культура. Корпоративное поведение. Корпоративная философия. Пути и методы формирования корпоративной идентичности. Измерение и диагностика корпоративной идентичности.

### **Тема 9. Формирование и продвижение корпоративного имиджа**

Понятие имиджа. Имидж организации и имидж персоны. Структура, содержание корпоративного имиджа. Имидж продукта. Имидж руководителя. Имидж потребителя. Имидж вида деятельности. Базовые понятия имиджелогии. Законы формирования имиджа. Функционал имиджа. Имиджмейкинг. Использование коммуникации и информации в процессе формирования корпоративного имиджа. Деловая репутация.

### **Тема 10. Корпоративный дизайн и фирменный стиль**

Понятие корпоративного дизайна. Логотип. Слоган. Фирменный цвет. Графические символы. Объекты корпоративного дизайна. Деловая документация. Интернет-дизайн. Оформление транспорта. Упаковка товара. Сувениры. Спецодежда. Наружная реклама. Корпоративная архитектура.

### **Тема 11. Содержание коммуникационной политики организации**

Уровни организационной среды. Внешние и внутренние коммуникации. Средства внутриорганизационных коммуникаций. Вертикальные, горизонтальные коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента и связей с общественностью на разных уровнях организационной среды. Паблик рилейшнз в управлении персоналом. Организация коммуникаций с инвесторами. Взаимодействие с акционерами. Инструменты финансовых коммуникаций. Отношения с государственной властью, органами местного самоуправления. Лоббирование. Взаимодействие с потребителями. Экологические коммуникации. Коммунальные связи.

### **Тема 12 Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций**

Коммуникационная стратегия организации. Анализ коммуникационной ситуации. Управление корпоративными коммуникациями. Организация работы отдела корпоративных коммуникаций и PR. Кризисные коммуникации. Планирование, проведение и бюджет PR-кампаний. Визуальные и электронные средства по связям с общественностью. Письменные, аудиовизуальные, устные, культурно-массовые, мотивационные, кооперационные средства корпоративных коммуникаций. История и юбилеи предприятия (продукта).

### **Тема 13. Формы и методы связей с общественностью**

Организация специальных и представительских мероприятий. Презентации. Юбилеи и событийные мероприятия. Церемонии открытий. Вручение специальных премий. Организация конференций. "Круглые столы". Дни открытых дверей. Экскурсии. Спонсорство. Выставки и торговые ярмарки.

### **Тема 14. Профессиональные требования к персоналу**

Профпригодность и профкомпетентность. Модель личностно-деловых качеств современного менеджера. Человековедческая подготовленность. Антропологическая логика. Человековедческая образованность. Человековедческая технологичность. Персональное и корпоративное честолюбие. Основные направления по работе с персоналом по воспитанию персонального и корпоративного честолюбия.

### **Тема 15. Факторы конкурентоспособности персонала**

Интеллектуализация менеджмента. Объективные и субъективные факторы интеллектуализации коммуникационного менеджмента. Креативные данные персонала. Консультанты и советники. Эффективное стимулирование. Психолого-этические и психолого-дидактические принципы стимулирования. Культура управленческого общения. Механизм общения делового социума. Модель управленческого общения.

### **Тема 16. Особенности коммуникологических исследований**



Процедура, программа и методы исследования. Определение целей исследования. Специфика контентанализа. Анкетные опросы и интервью. Способы регистрации данных. Количественная и качественная репрезентативность исследования. Принципы и факторы оценки PR.

#### **Тема 17. Организация связей с общественностью в различных сферах социально-экономической жизни**

Коммуникационный менеджмент госпредприятия и бизнеса. Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти. Коммуникационный менеджмент органов публичной власти. Задачи информационного обеспечения. Политический и социальный маркетинг. Коммуникационный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении.

#### **Тема 18. Этика коммуникационного менеджмента и PR**

Этические проблемы коммуникационного менеджмента и PR. Манипулирование информацией, слухи. Информационные войны. Коммуникационная и брендинговая политика современных мультикультурных концернов.

#### **Тема 19. Ресурсы коммуникационного менеджмента**

Инвестиции. Обеспечение инвестиционного процесса. Реклама и брендинг. Виды рекламы. Содержание рекламного материала. Бренд. Брендинг. Оценка эффективности коммуникационного менеджмента. Факторы оценки эффективности. Эффект множественности средств информации.

#### **Тема 20. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности**

Интернет – глобальная коммуникационная сеть. Эффект онлайн-передач. Практическая полезность Интернета. Основные линии развития компьютерных технологий. Транснациональные средства и агентства. Причины концентрации капитала коммуникационного менеджмента. Позитивные и негативные черты ТНК. Стратегия развития коммуникационного менеджмента в современном пространстве. Экономическое развитие коммуникационной сферы. Концентрация и монополизация. Дифференциация и специализация.

### **4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа студентов является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательную, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа студентов является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и экзамену. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим студентом, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении студентов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу студентов со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа студентов результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Задания для самостоятельной работы предусматривают использование необходимых терминов и понятий по проблематике курса. Они нацеливают на практическую работу по применению изучаемого материала, поиск библиографического материала и электронных источников информации, иллюстративных материалов. Задания по самостоятельной работе даются по темам, которые требуют дополнительной проработки.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения тестовых заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой тестовых материалов по разделам дисциплины.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к практическим занятиям;
- подготовки к устным докладам (выступлениям по теме реферата).

### *Тест ОС-1*

**Пример контрольной работы (тест из 30 вопросов). Критерии оценивания: за каждый правильный ответ – 2 балла.**

#### **1. Коммуникация это:**

- 1) способ общения и передачи информации от человека к человеку в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи
- 2) специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания

#### **2. Невербальные коммуникации:**

- 1) реализуются посредством устных и письменных сообщений
- 2) осуществляются посредством языка телодвижений и параметров речи

**3. Коммуникация в современных условиях является основой жизнеобеспечения каждой фирмы, организации, предприятия:**

- 1) да
- 2) нет

#### **4. Типы «коммуникаторов» в организации:**

- 1) «сторож»
- 2) «лидер мнений»
- 3) «связной»
- 4) «проверяющий»
- 5) «пограничник»

#### **5. К типу «коммуникатора» в организации «сторож» относится:**

- 1) работник, контролирующий прохождение информации к другим работникам
- 2) работник, оказывающий влияние на мнения и поведение других работников
- 3) работник, служащий связующим звеном между различными группировками
- 4) работник, имеющий высокую степень связей с внешней средой

#### **6. К типу «коммуникатора» в организации «лидер мнения» относится:**

- 1) работник, контролирующий прохождение информации к другим работникам
- 2) работник, оказывающий влияние на мнения и поведение других работников

- 3) работник, служащий связующим звеном между различными группировками
- 4) работник, имеющий высокую степень связей с внешней средой

**7. К типу «коммуникатора» в организации «связной» относится:**

- 1) работник, контролирующий прохождение информации к другим работникам
- 2) работник, оказывающий влияние на мнения и поведение других работников
- 3) работник, служащий связующим звеном между различными группировками
- 4) работник, имеющий высокую степень связей с внешней средой

**8. К типу «коммуникатора» в организации «пограничник» относится:**

- 1) работник, контролирующий прохождение информации к другим работникам
- 2) работник, оказывающий влияние на мнения и поведение других работников
- 3) работник, служащий связующим звеном между различными группировками
- 4) работник, имеющий высокую степень связей с внешней средой

**9. Наиболее важные цели интерактивных коммуникаций:**

- 1) координация заданий
- 2) решение проблем
- 3) обмен информацией
- 4) разрешение конфликта

**10. Межличностные коммуникации можно рассматривать как:**

- 1) нисходящие процессы
- 2) восходящие процессы
- 3) горизонтальные процессы
- 4) интерактивные процессы

**11. Восходящие коммуникации практически лишены директивности:**

- 1) да
- 2) нет

**12. Обмен информации по восходящей происходит в основном в форме:**

- 1) отчетов
- 2) приказов
- 3) объяснительных записок

**13. Для повышения эффективности восходящих коммуникаций используют следующие методы:**

- 1) Политика открытых дверей
- 2) Политика закрытых дверей
- 3) Консультации, опрос общественного мнения, собеседования с работниками, увольняющимися из организации
- 4) Партисипативные методы
- 5) Использование приемов активного слушания

**14. Канал неформальных коммуникаций можно назвать каналом распространения слухов:**

- 1) да
- 2) нет

**15. По каналу неформальных коммуникаций:**

- 1) информация передается намного медленнее, чем по каналам формального сообщения
- 2) информация передается намного быстрее, чем по каналам формального сообщения

## 16. Процесс обмена информацией начинается с ее формирования:

- 1) да
- 2) нет

### *ОС-2 Реферат*

#### **Примерные темы рефератов**

1. Основные концепции коммуникационного менеджмента
2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте
3. Структура коммуникаций
4. Организационное поведение и коммуникационный менеджмент в современных условиях
5. Модели организационного поведения.
6. Групповое поведение в организации
7. Проектирование межличностных, групповых и организационных коммуникаций
8. Роль коммуникационного менеджмента в стратегическом планировании
9. Организация как система.
10. Связи с общественностью как элемент самоорганизации систем.
11. Взаимосвязь между коммуникативными функциями менеджмента и эффективностью организации.
12. Глобализация
13. Особенности современных межкультурных коммуникаций и межкультурная среда
14. Организационная культура, национальная культура и глобализация.
15. Мотивационный процесс и его модели.
16. Обратная связь как атрибут коммуникационного взаимодействия.
17. Конфликт в организациях и модели его разрешения.
18. Коммуникативный климат в организациях.
19. Корпоративная культура и различные модели корпоративности.
20. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом
21. Корпоративный имидж организации и его формирование

*Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:*

1. Суркова, Мария Аркадьевна. Коммуникативный менеджмент [Текст] : учебно-методические рекомендации / ФГБОУ ВО "УлГПУ им. И. Н. Ульянова". - Ульяновск : ФГБОУ ВО "УлГПУ им. И. Н. Ульянова", 2017. - 21 с. - Список лит.: с. 21. - 1.00.  
URL: [http://els.ulspu.ru/?song\\_lyric=%d0%ba%d0%be%d0%bc%d0%bc%d1%83%d0%bd%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d1%82%d0%b8%d0%b2%d0%bd%d1%8b%d0%b9-%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%b6%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82](http://els.ulspu.ru/?song_lyric=%d0%ba%d0%be%d0%bc%d0%bc%d1%83%d0%bd%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d1%82%d0%b8%d0%b2%d0%bd%d1%8b%d0%b9-%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d0%b4%d0%b6%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82)

## 5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### **Организация и проведение аттестации студента**

ФГОС ВО ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

**Цель проведения аттестации** – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

**Промежуточная аттестация** осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

Оценочными средствами текущего оценивания являются: доклад, тесты по теоретическим вопросам дисциплины, защита практических работ и т.п. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических (семинарских, лабораторных) занятиях.

№ п/п	СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ, используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
1	<p align="center"><b>Оценочные средства для текущей аттестации</b></p> <p>ОС-1 Тест</p> <p>ОС-2 Реферат</p>	<p>ОР-1 социальные отношения имеют субъектно-объектный характер и определенную направленность</p> <p>ОР-2 создавать ситуации для формирования определенных социальных качеств работника</p>
2	<p align="center"><b>Оценочные средства для промежуточной аттестации экзамен</b></p> <p>ОС-3 Экзамен в форме устного собеседования</p>	<p>ОР-3 технологиями адаптации персонала в сфере трудовых отношений</p> <p>ОР-4 правовые основы разработки и внедрения кадровой и управленческой документации</p> <p>ОР-5 формировать график документооборота на принципах четкости, ритмичности, непрерывности, параллельности</p> <p>ОР-6 навыками выбора формы документооборота с учетом обеспечения эффективности функциональных взаимосвязей между подразделениями</p> <p>ОР-7 основные теории мотивации и стимулирования деятельности, условия и факторы,</p>

		<p>способствующие стимулированию эффективной трудовой деятельности</p> <p>ОР-8 проектировать системы мотивации и стимулирования персонала с учетом комплекса экономических и социальных факторов</p> <p>ОР-9 навыками реализации технологии внедрения системы мотивации и стимулирования персонала</p>
--	--	--

Описание оценочных средств и необходимого оборудования (демонстрационного материала), а также процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Коммуникативный менеджмент».

***Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине***

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.5 программы.

***Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине***

**ОС-3 Экзамен в форме устного собеседования  
Примерные вопросы к экзамен  
2 семестр**

1. КМ как процесс управления информацией: цели, стратегии, функции КМ.
2. Характеристика основных участников КМ.
3. Внутренняя и внешняя среда организации и связи с общественностью этих структур.
4. Принципы КМ, закрепленные в мировой и отечественной практике.
5. Этические нормы коммуникационного менеджмента.
6. Проблемы КМ в нашей стране.
7. Информационное взаимодействие, его виды и способы.
8. Объективные и субъективные обстоятельства информационных потоков.
9. Каналы коммуникации.
10. Деловые коммуникации: понятие, структура. Систем коммуникаций компании.
11. Информационное поле и система коммуникаций компании.
12. Социальная сфера коммуникационного процесса.
13. Деятельность коммуникатора в КМ, ее характеристики и особенности.
14. Целевая аудитория. Характеристика и методы исследования.
15. Способы передачи сообщения. Ключевое сообщение: его содержание и форма.
16. Каналы коммуникации. Их классификация.
17. Исследовательская деятельность ПР-менеджера по определению проблемы и постановке целей деятельности.
18. Этапы стратегического планирования. Организация работ по реализации планов.
19. Мотивация труда и стимулирование персонала.
20. Стратегия реализации плана коммуникативных действий.

21. Контроль результатов.
22. Помехи и барьеры на пути коммуникационного потока. Стереотипы и символы.
23. ПР как высший уровень коммуникации: определение понятия, функции, основные службы.
24. Управление ПР-компаниями. Эффективность ПР-деятельности.
25. Имидж и деловая репутация организации. Задачи создания и поддержания имиджа.
26. Виды и средства информационных материалов в ПР-деятельности.
27. Виды и средства коммуникационного процесса.
28. Направления коммуникативной деятельности ПР.
29. Социально-политические задачи КМ и способы воздействия на аудиторию для их решения.
30. «Черный ПР» и приемы манипулирования общественным сознанием.
31. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс: функции, специфика деятельности.
32. Задачи КМ, связанные с воздействием на работающих в организации людей. Принципы и этические нормы КМ в организации.
33. Система связей и отношений с внутрифирменным руководством и персоналом.
34. Специфика КМ в управлении внутрифирменными потоками информационного воздействия.
35. Роль основных направлений коммуникационного менеджмента в достижении стратегических целей организации.
36. КМ в работе с персоналом.
37. Работа с персоналом в кризисных ситуациях.
38. Задачи КМ в формировании корпоративной культуры.
39. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
40. КМ в работе с клиентами. Продвижение товаров и услуг.
41. Этапы коммуникационного процесса с инвесторами, конкурентами.
42. Специфика коммуникаций с органами государственного и местного управления и местной общественностью.
43. КМ в период избирательных кампаний: цели, стратегии, направления деятельности.
44. Понятие и необходимость лоббирования в деловой сфере.
45. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности.
46. Управление политическим и социальным маркетингом.

### **Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине**

#### *Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся*

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Экзамен
<b>2 семестр</b>	Разбалловка по видам работ	6 x 1=6 баллов	9 x 1=9 баллов	221 баллов	64 балла
	Суммарный макс. балл	6 баллов max	15 баллов max	236 баллов max	300 баллов max

#### *Критерии оценивания работы обучающегося*

Оценка	Баллы (3 ЗЕ)
«отлично»	271-300
«хорошо»	211-270
«удовлетворительно»	151-210

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

### **Подготовка к практическим занятиям.**

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале практического занятия преподаватель знакомит студентов с темой, оглашает план проведения занятия, выдает задания. В течение отведенного времени на выполнение работы студент может обратиться к преподавателю за консультацией или разъяснениями. В конце занятия проводится прием выполненных заданий, собеседование со студентом.

Результаты выполнения практических заданий оцениваются в баллах, в соответствии с балльно-рейтинговой системой университета.

## ***Планы практических заданий***

### ***2 семестр***

#### **Практическое занятие по Теме 1. - Специфика управления как деятельности**

Контрольные вопросы

1. Сущность управления.
2. Управление и руководство.
3. Структура управления.
4. Типология управления.
5. Ценностные приоритеты.
6. Принципы управления.
7. Функции управления, их классификация.
8. Критерии оценки управленческой деятельности.



### **Практическое занятие по Теме 3. - Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR**

Контрольные вопросы

1. История развития паблик рилейшнз (PR).
2. Зарождение PR в США.
3. Периодизация развития PR-деятельности.
4. Развитие PR в России.
5. Основные понятия паблик рилейшнз, группы понятий, соотношение понятий.
6. Соотношение паблик рилейшнз, маркетинга и рекламы.
7. Особенности трансформации паблик рилейшнз.
8. Соотношение понятий корпоративные коммуникации и паблик рилейшнз.
9. Междисциплинарное положение PR.
10. Паблик рилейшнз как функция маркетинга и как функция менеджмента.

### **Практическое занятие по Теме 6. - Специфика целевых аудиторий. Корпоративные коммуникации**

Контрольные вопросы

1. Целевые группы коммуникационного менеджмента.
2. Виды публичного общения.
3. Стратегии взаимодействия.
4. Цели публичного общения.
5. Глубина и действенность PR-воздействия.
6. Средства публичной коммуникации.
7. Классификация средств публичной коммуникации.
8. Методы коммуникативного воздействия.

### **Практическое занятие по Теме 9. - Формирование и продвижение корпоративного имиджа**

Контрольные вопросы

1. Понятие имиджа.
2. Имидж организации и имидж персоны.
3. Структура, содержание корпоративного имиджа.
4. Имидж продукта.
5. Имидж руководителя.
5. Имидж потребителя.
6. Имидж вида деятельности.

7. Базовые понятия имиджологии.
8. Законы формирования имиджа.
9. Функционал имиджа.
10. Имиджмейкинг.
11. Использование коммуникации и информации в процессе формирования корпоративного имиджа.
12. Деловая репутация.

## **Практическое занятие по Теме 12 - Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций**

### Контрольные вопросы

1. Коммуникационная стратегия организации.
2. Анализ коммуникационной ситуации.
3. Управление корпоративными коммуникациями.
4. Организация работы отдела корпоративных коммуникаций и PR.
5. Кризисные коммуникации.
6. Планирование, проведение и бюджет PR-кампаний.
7. Визуальные и электронные средства по связям с общественностью.
8. Письменные, аудиовизуальные, устные, культурно-массовые, мотивационные, кооперационные средства корпоративных коммуникаций.
9. История и юбилеи предприятия (продукта).

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины**

### **Основная литература**

1. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е.Л. Маслова. - Москва : Дашков и К°, 2020. - 333 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03547-0.  
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573337>
2. Менеджмент организации : учебник / О.В. Баландина, А.Б. Вешкурова, Н.А. Копылова, Н.В. Локтюхина, Е.К. Самраилова, И.В. Филимонова, С.А. Шапиро; под общ. ред. С. А. Шапиро. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 565 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4499-0717-2.  
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575119>

### **Дополнительная литература**

1. Дмитриева, С. И. Система внутренних и внешних коммуникаций в организации : учебное пособие / С. И. Дмитриева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 69 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163818>— Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. 2. Управление персоналом : учебное пособие / под общ. ред. Г. И. Михайлиной. - 6-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2022. - 278 с. - ISBN 978-5-394-04781-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084838> (дата обращения: 01.04.2024). – Режим

доступа: по подписке.

### *Интернет-ресурсы*

1. <https://www.minfin.ru/ru/> - Министерство финансов РФ
2. <https://www.cbr.ru> – Центральный Банк РФ
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
4. <https://www.garant.ru> – Справочно-правовая система «Гарант»
5. <https://rusnap.ru/about/> - Национальная ассоциация предпринимателей

Лист согласования рабочей программы  
учебной дисциплины (практики)

**Направление подготовки:** 38.03.03 Управление персоналом

**Рабочая программа** Коммуникативный менеджмент

**Составители:** М.А. Рябова – Ульяновск: УлГПУ, 2024.

Программа составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утверждённого Министерством образования и науки Российской Федерации, и в соответствии с учебным планом.

Составители  М.А. Рябова

(подпись)

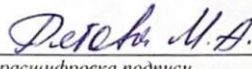
Рабочая программа учебной дисциплины (практики) одобрена на заседании кафедры теоретических основ экономики и правоведения

"24" 04 2024 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой



личная подпись



расшифровка подписи

24.04.2024

дата

Рабочая программа учебной дисциплины (практики) согласована с библиотекой

Сотрудник библиотеки



личная подпись



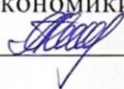
расшифровка подписи

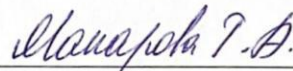
24.2

дата

Программа рассмотрена и одобрена на заседании ученого совета факультета права, экономики и управления "18" 05 2024 г., протокол № 10

Декан факультета права экономики и управления



 18.05.2024

