

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра управления персоналом

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры управления
персоналом

Протокол от «14» сентября 2017 г. № 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.5.2 Внутрикorporативные коммуникации в системе управления персоналом
организации

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

Внутрикorp. коммун. в сист. управл. перс. орг-ции

(краткое наименование дисциплины (модуля))

38.03.03 Управление персоналом

(код, наименование направления подготовки)

Управление персоналом организации и государственной службы

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2018

Москва, 2016 г.

Автор-составитель:

Доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры управления персоналом Халиков М.С.

Заведующий кафедрой

И.о. заведующего кафедрой управления персоналом, доктор социологических наук, доцент Обухова Л. А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	17
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	18
6.1. Основная литература	18
6.2. Дополнительная литература	18
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	18
6.4. Нормативные правовые документы	19
6.5. Интернет-ресурсы	19
6.6. Иные источники	19
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	19

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

1.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2 ««Внутрикорпоративные коммуникации в системе управления персоналом организации» » обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-31	способностью и готовностью оказывать консультации по формированию слаженного, нацеленного на результат трудового коллектива (взаимоотношения, морально-психологический климат), умением применять инструменты прикладной социологии в формировании и воспитании трудового коллектива	ПК-31.1	Способность использовать формировать слаженный, нацеленный на результат трудовой коллектив используя механизмы управления социальным развитием персонала, стандартизацию и сертификацию персонала, внутрикорпоративных коммуникаций, социального лидерства
ДПК-3	знать сущность и методы формирования бренда работодателя; владеть технологиями формирования имиджа, обеспечения функционирования связей с общественностью во внутренней и внешней среде организации	ДПК-3.1	Способность осуществлять организационные коммуникации с позиции управленческого лидерства и стандартизации управленческих процессов.

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта/ профессиональные действия)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
деятельность по организации корпоративной социальной	ПК-31.1	на уровне знаний: демонстрирует знание процессов групповой динамики
		на уровне умений: определяет и анализирует морально-психологический климат организации
		на уровне навыков: эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды

деятельность по обеспечению персоналом	ДПК-3.1	на уровне знаний: демонстрировать знание сущности и основных принципов организации управления внутрикорпоративными коммуникациями
		на уровне умений: определяет вид коммуникационной стратегии и пути повышения эффективности корпоративной коммуникации
		на уровне навыков: владеть навыками организации внутрикорпоративного коммуникационного процесса с персоналом

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.5.2 «Внутрикорпоративные коммуникации в системе управления персоналом организации» составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 32 часа: лекции 16 часов, практические занятия 16 часов. Самостоятельная работа составляет 40 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен в 5 семестре.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2 «Внутрикорпоративные коммуникации в системе управления персоналом организации» изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2 «Внутрикорпоративные коммуникации в системе управления персоналом организации» относится к числу дисциплин по выбору вариативной части Блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина является основой для изучения Б1.В.ДВ.9.1 «Психология управленческой деятельности»/ Б1.В.ДВ.9.2 «Социальная психология» (в 8 семестре); Б1.В.ОД.13 Бренд работодателя (Employer branding) (в 8 семестре).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен (5 семестр).

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час						Форма текущего контроля успеваемост и*, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1.	Основы коммуникационного менеджмента	9	2		2		5	О
2.	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	9	2		2		5	О

№	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час						Форма текущего контроля успеваемост и*, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
3.	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	9	2		2		5	О
4.	Виды и модели в коммуникационном менеджменте	9	2		2		5	О
5.	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятиях корпорации	9	2		2		5	О
6.	Формирование положительного общественного мнения о корпорации: внутренний PR, связи с общественностью	9	2		2		5	О
7.	Особенности внутреннего коммуникационного менеджмента в корпорации	9	2		2		5	О
8.	Прикладные аспекты внутрикорпоративных коммуникаций: структура, функции и методы эффективной коммуникации	9	2		2		5	О, Реф
	Промежуточная аттестация	36						Экз
Всего		108	16		16		40	

Примечание:

* формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Реф).

** формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз),.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основы коммуникационного менеджмента

Сущность коммуникации и управление ею. Специфика различных подходов к коммуникационному менеджменту Основные принципы организации управления коммуникациями. Границы управления коммуникациями. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием.. Общее понятие о коммуникационной политике. Репутация, положительный имидж организации. Роль корпоративной культуры в наращивании паблицитного капитала.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций

Коммуникационный менеджмент как процесс

Определение проблем, разработка концепции и постановка целей.

Понятие ключевых аудиторий. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации. Коммуникации в стратегическом маркетинге. Коммуникации стратегий разных уровней

Тема 3. Методы исследования в коммуникационном менеджменте

Понятие и типы коммуникологических исследований.

Методы исследования в коммуникационном менеджменте.

Принципы составления программы коммуникологического исследования.

Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований. Особенности хранения и обработки управленческой информации. Принципы коммуникационного аудита.

Тема 4 Виды и модели в коммуникационном менеджменте

Теория «публич рилейшнз» по Э.Бернайсу. Исторические модели управления коммуникациями. Модели связи с общественностью Дж.Грюнига. Ситуационная модель управления коммуникациями

Тема 5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятиях корпорации

Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс. Определение проблем, разработка концепции и постановка целей. Понятие ключевых аудиторий. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация).

Тема 6. Формирование положительного общественного мнения о корпорации: внутренний PR, связи с общественностью

Общественное мнение и его характеристики: Уровни детерминации общественного мнения: Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения. Структура коммуникации. Каналы распространения информации

Тема 7. Особенности внутреннего коммуникационного менеджмента в корпорации

Типы организационной структуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации. Требования к информации и коммуникации в организации.

Специфика изменения информации в организации. Виды информационных потоков в организации. Внутренние средства массовой коммуникации.

Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров,

Тема 8. Прикладные аспекты внутрикорпоративных коммуникаций: структура, функции и методы эффективной коммуникации

Определение эффективности в коммуникационном менеджменте. Эффекты коммуникационной компании, эффективность и результативность коммуникационного менеджмента, общее и различное. Эффекты коммуникационной компании. Виды эффективности коммуникационного менеджмента. Принципы оценки коммуникационного менеджмента. Факторы результативности коммуникаций в организации. Методы измерения результатов коммуникационной кампании.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины: Б1.В.ДВ.5.2 «Внутрикорпоративные коммуникации в системе управления персоналом организации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Основы коммуникационного менеджмента	опрос

Тема 2.	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	опрос
Тема 3.	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	опрос
Тема 4.	Виды и модели в коммуникационном менеджменте	опрос
Тема 5	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятиях корпорации	опрос
Тема 6.	Формирование положительного общественного мнения о корпорации: внутренний PR, связи с общественностью	опрос
Тема 7.	Особенности внутреннего коммуникационного менеджмента в корпорации	опрос
Тема 8.	Прикладные аспекты внутрикорпоративных коммуникаций: структура, функции и методы эффективной коммуникации	опрос, защита реферата

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам и практическим заданиям (кейсам).

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами,
- участие в обсуждении докладов,
- количество правильных ответов при тестировании.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, по результатам прохождения тестирования.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы для подготовки к опросам по темам:

Тема 1. Основы коммуникационного менеджмента

1. Сущность коммуникации и управление ею.
2. Специфика различных подходов к коммуникационному менеджменту
3. Основные принципы организации управления коммуникациями.
4. Границы управления коммуникациями.
5. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте.
6. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием.
7. Общее понятие о коммуникационной политике.
8. Репутация, положительный имидж организации.
9. Роль корпоративной культуры в наращивании публичного капитала.

10. Понятие «коммуникация».
11. Подходы к коммуникационному менеджменту.
12. Каковы внеэкономические факторы, определяющие успех современного бизнеса?
13. Каким образом коммуникационные проблемы влияют на развитие организации?
14. Какие управленческие процедуры и операции включает коммуникационный менеджмент?
15. Что такое паблицитный капитал?

Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций

1. Коммуникативный процесс и его структура.
2. Коммуникационный менеджмент как процесс.
3. Определение проблем, разработка концепции и постановка целей.
4. Понятие ключевых аудиторий.
5. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте.
6. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации.
7. Коммуникации в стратегическом маркетинге.
8. Коммуникации стратегий разных уровней.
9. Общее и различное в понятиях «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями».
10. Роль корпоративной коммуникаций в организации.
11. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием.
12. Назовите известные вам виды коммуникационных стратегий. В каких условиях они осуществляются?
13. Охарактеризуйте основные этапы подготовки и проведения информационной кампании.
14. Репутация, положительный имидж организации как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации и паблицитного капитала.
15. Роль корпоративной культуры в наращивании паблицитного капитала.

Тема 3. Методы исследования в коммуникационном менеджменте

1. Понятие и типы коммуникологических исследований.
2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте.
3. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
4. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований.
5. Особенности хранения и обработки управленческой информации.
6. Принципы коммуникационного аудита.
7. Охарактеризуйте поисковые, описательные и объяснительные исследования.
8. Охарактеризуйте каждый из приемов сбора данных для коммуникологического исследования.
9. Опишите специфику использования универсальных пакетов анализа статистических данных: STATISTICA, STATGRAPHICS, Excel и др.
10. Специфика наблюдения контент-анализа, анкетных опросов, интервью.
11. Методы и приемы анализа эмпирических данных.
12. Условия надежности опросов.
13. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований.

Тема 4. Виды и модели в коммуникационном менеджменте

1. Теория «паблик рилейшнз» по Э. Бернайсу.
2. Исторические модели управления коммуникациями.
3. Модели связи с общественностью Дж. Грюнига.
4. Ситуационная модель управления коммуникациями.
5. Теории «паблик рилейшнз».
6. Модели управления коммуникациями.
7. Модели связи с общественностью.
8. Каковы основные особенности известных вам коммуникативных технологий, исходя из стандартной схемы коммуникативного процесса: Источник сообщения – сообщение – кодирование – канал передачи – декодирование – адресат.
9. Какие шумы и помехи встречаются при передаче информации в рамках соответствующих коммуникативных технологий? Как их избежать?
10. Опишите основные стратегии симметричного управления коммуникациями. Чем они отличаются друг от друга? Каковы их особенности?
11. Коммуникации ассиметричные-симметричные и информирующие-убеждающие.
12. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями

Тема 5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятиях корпорации

1. Коммуникативный процесс и его структура.
2. Коммуникационный менеджмент как процесс.
3. Определение проблем, разработка концепции и постановка целей.
4. Понятие ключевых аудиторий.
5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация).
6. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса.
7. Разработка концепции и постановка целей.
8. Какова специфика оценки эффективности в коммуникационных программах по сравнению с экономическими?
9. Каким образом применяются при оценке коммуникативной программы степень реализации целей, экономичность использования средств и степень рационализации выдвигаемых целей?
10. Какие критерии и компоненты социальной среды необходимо учитывать при оценке эффективности коммуникативной программы?
11. Понятие ключевых аудиторий.
12. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях разных типов и после кризиса.
13. План отношений с общественностью в экстремальных условиях.

Тема 6 . Формирование положительного общественного мнения о корпорации: внутренний PR, связи с общественностью

1. Общественное мнение и его характеристики.
2. Уровни детерминации общественного мнения.
3. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.
4. Структура коммуникации. Каналы распространения информации.
5. Внутренний PR.
6. Формирование положительного общественного мнения.
7. Каналы распространения информации.
8. Что такое общественное мнение с точки зрения теории коммуникации? С точки

зрения социологии?

9. Как взаимосвязаны в структуре общественного мнения рациональное – иррациональное; сознательное – стихийное; наличие – недостаток информации по проблеме; конкретность – абстрактность; динамизм – консерватизм?

10. Охарактеризуйте каждый из уровней детерминации общественного мнения.

Тема 7. Особенности внутреннего коммуникационного менеджмента в корпорации

1. Типы организационной структуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации.

2. Требования к информации и коммуникации в организации.

3. Специфика изменения информации в организации.

4. Виды информационных потоков в организации.

5. Внутренние средства массовой коммуникации.

6. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров.

7. Коммуникативная компетентность менеджера.

8. Типы, уровни и функции организационной культуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации.

9. Коммуникационные методы продвижения корпоративной культуры.

10. Сформулируйте определение понятия «корпоративная культура». Какое понятие, на ваш взгляд, шире – организационная или корпоративная культура?

11. Перечислите и охарактеризуйте основные организационные ценности.

12. Каковы методы продвижения корпоративной культуры на предприятии?

13. Назовите основные элементы знаковой культуры на предприятии. В каких корпоративных мероприятиях они используются?

14. Общие правила организации системы нисходящих коммуникаций.

15. Управление горизонтальными коммуникациями.

Тема 8. Прикладные аспекты внутрикорпоративных коммуникаций: структура, функции и методы эффективной коммуникации

1. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте.

2. Эффекты коммуникационной компании, эффективность и результативность коммуникационного менеджмента, общее и различное.

3. Виды эффективности коммуникационного менеджмента.

4. Принципы оценки коммуникационного менеджмента.

5. Факторы результативности коммуникаций в организации.

6. Методы измерения результатов коммуникационной компании.

7. Структура отдела корпоративной коммуникации.

8. Роль менеджера по коммуникациям.

9. Что такое итоги коммуникационной компании? Приведите примеры.

10. Что такое результаты коммуникационной компании? Приведите примеры.

11. Каковы методы измерения итогов и результатов?

12. Квалификационная характеристика PR-менеджера.

13. Требования к личностным качествам.

14. Методики оценки личностно-деловых качеств PR-менеджера»

Примерные темы рефератов

1. Коммуникационная политика организации.

2. Виды публичного общения.

3. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы.

4. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

5. Коммуникационная политика организации.
6. Виды публичного общения.
7. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы.
8. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
9. Коммуникационный процесс и его структура.
10. Коммуникация и информация.
11. Компьютерные программы обработки социальной информации.
12. Корпоративная коммуникация и ее роль в организации.
13. Корпоративный репутационный PR.
14. Методы коммуникативного воздействия.
15. Методы публичного воздействия.
16. Основные принципы организации управления коммуникациями.
17. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями.
18. Основные характеристики репутационных технологий.
19. Особенности влияния организационной структуры и организационной культуры на коммуникационные процессы в организации.
20. Методы коммуникативного воздействия.
21. Методы публичного воздействия.
22. Основные принципы организации управления коммуникациями.
23. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями.
24. Основные характеристики репутационных технологий.
25. Особенности влияния организационной структуры и организационной культуры на коммуникационные процессы в организации.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-31	способностью и готовностью оказывать консультации по формированию слаженного, нацеленного на результат трудового коллектива (взаимоотношения, морально-психологический климат), умением применять инструменты прикладной социологии в формировании и воспитании трудового коллектива	ПК-31.1	Способность использовать формировать слаженный, нацеленный на результат трудовой коллектив используя механизмы управления социальным развитием персонала, стандартизацию и сертификацию персонала, внутрикорпоративных коммуникаций, социального лидерства

ДПК-3	знать сущность и методы формирования бренда работодателя; владеть технологиями формирования имиджа, обеспечения функционирования связей с общественностью во внутренней и внешней среде организации	ДПК-3.1	Способность осуществлять организационные коммуникации с позиции управленческого лидерства и стандартизации управленческих процессов.
-------	---	---------	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-31.1 – способность использовать формировать слаженный, нацеленный на результат трудовой коллектив используя механизмы управления социальным развитием персонала, стандартизацию и сертификацию персонала, внутрикорпоративных коммуникаций, социального лидерства	<p>Знание основ организационно-управленческого механизма управления внутрикорпоративными коммуникациями.</p> <p>Знание функций и методов стандартизации и сертификации персонала в организации.</p> <p>Определение наиболее эффективных методов управления внутрикорпоративными коммуникациями.</p>	<p>Демонстрирует знание основ организационно-управленческого механизма управления внутрикорпоративными коммуникациями.</p> <p>Демонстрирует знание функций и методов стандартизации и сертификации персонала в организации.</p> <p>Определяет наиболее эффективные методы управления внутрикорпоративными коммуникациями.</p>
ДПК-3.1 – способность осуществлять организационные коммуникации с позиции управленческого лидерства и стандартизации управленческих процессов	<p>Владеет знаниями теоретико-методологических основ социального лидерства, коммуникационных процессов, стандартизации управленческих процессов.</p> <p>Применяет на практике методологические основы социального лидерства, коммуникационных процессов, стандартизации управленческих процессов.</p>	<p>Демонстрирует знание теоретико-методологических основ социального лидерства, коммуникационных процессов, стандартизации управленческих процессов.</p> <p>Применяет на практике методологические основы социального лидерства, коммуникационных процессов, стандартизации управленческих процессов для решения конкретных профессиональных задач.</p>

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену:

1. Алгоритм информационного поиска.
2. Взаимодействие со СМИ в кризисной ситуации.
3. Виды информационных потоков в организации
4. Виды коммуникационных стратегий организации
5. Задачи коммуникационного менеджмента в работе с персоналом.
6. Интегрированные маркетинговые коммуникации в коммуникационном менеджменте.
7. Информационно-коммуникационная модель управления.
8. Исследование корпоративной культуры организации.
9. Коммуникационная программа для работы с персоналом.
10. Коммуникационная программа как основа планирования.
11. Коммуникационные методы продвижения корпоративной культуры на предприятии;
12. Коммуникационный менеджмент в организации: PR руководителей.
13. Коммуникационный менеджмент и паблик рилейшнз.
14. Коммуникационный менеджмент как процесс.
15. Меры упреждения и преодоления кризисных ситуаций и массовых конфликтов публичного общения.
16. Методы и приемы сбора данных: наблюдение.
17. Методы и приемы сбора данных: контент-анализ.
18. Методы и приемы сбора данных: анкетные опросы и интервью.
19. Методы и приемы сбора данных: коммуникационный аудит.
20. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований
21. Особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях.
22. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров.
23. Особенности коммуникационного менеджмента при адаптации кадров.
24. Особенности коммуникационного менеджмента при повышении квалификации кадров.
25. Особенности коммуникационного менеджмента при продвижении по службе.
26. Особенности коммуникационного менеджмента при увольнении сотрудников.
27. Планирование информационной кампании: цели, аудитория, средства коммуникации.
28. Понятие «ключевая аудитория» и его содержание.
29. Прикладное коммуникологическое исследование.
30. Принципы и этапы планирования информационной кампании.
31. Принципы коммуникационного аудита.
32. Принципы планирования в коммуникационном менеджменте.
33. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте.
34. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
35. Проблемы манипулирования общественным сознанием.
36. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.
37. Процедуры планирования и контроля PR-акций.
38. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации.
39. Разработка коммуникационного плана для управления кризисной ситуацией.
40. Роль, задачи и принципы коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия.
41. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента.

42. Содержание коммуникативной компетентности менеджера.
43. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.
44. Специфика информационно-коммуникативного обеспечения в кризисных ситуациях разных типов и после кризиса.
45. Специфика коммуникационного менеджмента как процесса.
46. Специфика корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации.
47. Специфика различных подходов к коммуникационному менеджменту.
48. Специфика социального маркетинга в коммуникационном менеджменте.
49. Специфика эффективности коммуникационной кампании.
50. Методы измерения результатов коммуникационной кампании.
51. Средства публичной коммуникации.
52. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости.
53. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации.
54. Суть коммуникационного менеджмента, его функции и задачи.
55. Сущность коммуникации и управление ею.
56. Сущность коммуникационного менеджмента и сфера его применения.
57. Типологические модели коммуникационного менеджмента.
58. Типы коммуникологических исследований.
59. Методы коммуникологических исследований.
60. Требования к информации и коммуникации в организации.
61. Требования к управленческой информации.
62. Требования, предъявляемые к личности менеджера по коммуникациям.
63. Управление имиджем организации.
64. Управление коммуникациями с инвесторами.
65. Управление коммуникациями с потребителем.
66. Управление репутацией организации.
67. Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.

Пример кейса на экзамен

Ситуация: Компания - оператор мобильной связи переживает период интенсивного роста и вынуждена отстраивать заново систему коммуникации с персоналом. Руководство хочет устранить существующие болезни роста (ослабление связей между подразделениями, недостаточное информирование сотрудников о стратегических планах организации и т.д.) и одновременно сохранить инновационный климат в коллективе.

Задание:

Разработайте план мероприятий по выявлению и решению стоящих перед компанией проблем.

Шкала оценивания

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических

	знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов;
- 100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное,

логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Список вопросов для самостоятельной подготовки к опросам по темам приведен в рабочей программе по дисциплине.

Методические указания по подготовке к опросу

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические указания по подготовке к тестированию

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать материал, необходимо понять его логику. Подготовке способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений; очень важно всегда внимательно читать

задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

Краткие методические указания по написанию реферата

Реферат является самостоятельной практической работой студента. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины. Данный вид работы индивидуален и самостоятелен. Не допускается прямое заимствование материалов из каких-либо источников без ссылок на них.

Текст работы должен быть написан литературным языком в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа объемом от 10 до 15 стр. выполняется в формате А4. Шрифт – Times New Roman, для заголовков допускается использование шрифта Arial. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие для вузов РФ, гот. спец. по СО / В.Е. Рева. – Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2011. – 159 с.
2. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф.И. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2013. – 319 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10932.html>. – ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

1. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: учебное пособие / В.В. Данилина, М.В. Луканина, Л.В. Минаева и др.; под. ред. Л.В. Минаевой. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 319 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104323&sr=>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник [Текст] / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. – СПб.: Питер, 2011. – 376 с.
2. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: учебное пособие. – М.: Изд.дом Аспект Пресс, 2010. – 287 с.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014. - № 9. – Ст. 851.
2. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями)

6.5. Интернет-ресурсы

1. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=3695
2. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104323&sr=>
3. <https://ru.wikipedia.org>
4. <http://www.vv-avon.ru/>
5. <http://adindex.ru/news/tendencies/2014/04/8/108902.phtml>
6. http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id4044
7. <http://www.plunkettresearch.com/advertising-branding-market-research/industry-and-business-data>
8. <http://planetasmi.ru/blogi/comments/29177.html>
9. http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id4044
10. <http://worldreport.holmesreport.com/top-10>
11. <http://www.akarussia.ru/node/3243>

6.6. Иные источники

1. Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения: учебное пособие / Г.В. Бороздина, Н.А. Кормнова. – М.: "Юрайт", 2012. – 463 с.
2. Лебедева М.М. Технология ведения переговоров: учеб. пособие [Текст] / М.М. Лебедева. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик Рилейшнз. – М.: Издательство Дашков и К, 2012. – 332 с.
4. Шепель В.М. Коммуникационный менеджмент / В.М. Шепель. – М.: Гардарики, 2009. – 352 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>