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

Институт права и национальной безопасности
Кафедра экономической безопасности

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
экономической безопасности
Протокол от «25» мая 2017 г.№ 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 Коммуникационный менеджмент
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.05.01 Экономическая безопасность
(код, наименование направления подготовки (специальности)

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности
(направленность (профиль))

Экономист
(квалификация)

Очная
(форма(ы) обучения)

Год набора - 2016

Москва, 2017 г.

Автор(ы)-составитель(и):

К. соц. н., доцент, доцент кафедры конфликтологии и миграционной безопасности Рогачева В.И.

Заведующий кафедрой

Экономической безопасности	к.э.н., доцент	Юшин И.В.
(наименование кафедры)	*(ученая степень и(или) ученое звание, должность)*	*(Ф.И.О.)*

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы 7

3. Содержание и структура дисциплины (модуля).....8

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....10

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)……19

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)..... 24

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....28

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

1.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Коммуникационный менеджмент» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПСК-1	Способность обеспечивать взаимодействие структур на государственном и/или иностранном языке в бизнесе и государственных органах с целью обеспечения экономической безопасности	ПСК-1.2	Способность обеспечивать взаимодействие структур в бизнесе и государственных органах с целью обеспечения экономической безопасности

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Использование коммуникативных навыков и ресурсов для принятия решений в пределах должностных обязанностей; Эффективное управление коммуникационными процессами в коммерческом и некоммерческом секторе; Обеспечение эффективного взаимодействия в государственных и коммерческих сферах.	ПСК-1.2	На уровне знаний: цели, функций и структуры системы обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта, а также категориального аппарата, используемого в данной области; особенностей нормативного правового регулирования деятельности по обеспечению экономической безопасности хозяйствующего субъекта; условия и факторы, способствующие возникновению и реализации угроз (рисков, ущерба) экономической безопасности хозяйствующего субъекта, а также основные механизмы их минимизации; сути бизнес-процессов организации и операций, нехарактерных для обычных операций и сделок; формальных и неформальных систем перемещения ценностей и перевода денег; законодательства Российской Федерации о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (далее – ОД/ФТ), законодательства об ответственности за непредставление или представление

		недостоверной отчетности; практики применения указанного законодательства; типологий отмывания денег и уязвимости финансовых продуктов и услуг в отношении ОД/ФТ; перечня, прямых и косвенных признаков наличия преступлений в сфере экономики (в т.ч. предикативных и в отношении ОД/ФТ); На уровне умений: определять, оценивать и использовать различные источники информации для проведения экономического анализа состояния хозяйствующего субъекта; объективно анализировать информацию, содержащейся в управленческой, финансовой (бухгалтерской) и прочих видов отчетности, устанавливать причинно-следственные связи изменений, произошедших за отчетный период, прогнозировать развитие событий и их последствия, оценивать потенциальные риски и возможности экономического субъекта в обозримом будущем; проверять качество аналитической информации, полученной в процессе проведения экономического анализа состояния хозяйствующего субъекта и выполнять процедуры по ее обобщению, формулировать выявленные закономерности и полученные результаты, формировать аналитические отчеты, представлять их заинтересованным пользователям; применять в работе законы, подзаконные акты и локальные нормативные акты организации; анализировать информацию о подозрительных операциях и сделках; объективно оценивать факты, при наличии достаточных оснований, подвергать сомнению устоявшиеся взгляды, мнения, решения; разрабатывать документы, аналитические и отчетные материалы, рекомендации, методические материалы по обеспечению экономической безопасности хозяйствующего субъекта; выбирать и комбинировать специализированные инструментарии и методики для решения конкретных задач обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта; выявлять потенциальные и реальные угрозы экономической безопасности хозяйствующего субъекта, условия и факторы, способствующие их возникновению;

		оценивать риск реализации конкретных видов угроз экономической безопасности хозяйствующего субъекта и величину соответствующего ущерба; разрабатывать, обосновывать и реализовывать мероприятия по предотвращению угроз и минимизации рисков (ущерба) экономической безопасности хозяйствующего субъекта; На уровне навыков: идентификации и оценки угроз (рисков, ущерба) объекту внутреннего аудита (бизнес-процессам, проектам, программам, подразделениям), а также разработки предложений (способов) их минимизации; обсуждения результатов выполнения процедур внутреннего аудита с уполномоченными представителями объекта внутреннего аудита (бизнес-процесса, проекта, программы, подразделения); непрерывного мониторинга качества деятельности службы внутреннего аудита; мониторинга действий (корректирующих мер) руководителей организации, предпринимаемых по результатам внутренней аудиторской проверки; организации процесса обеспечения сохранности управленческой, финансовой (бухгалтерской) отчетности, документов по финансовому анализу, бюджетированию и движению денежных потоков до их передачи в архив; определения источников информации (в т.ч. дополнительной) для анализа и проведения финансового расследования в целях ПОД/ФТ; сбора и анализа информации о возможных фактах ОД/ФТ, полученных в результате мониторинга средств массовой информации, информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", а также в рамках сотрудничества участников профессиональных объединений; анализа информации о финансовых операциях и выделения, систематизации и классификации характерных признаков и критериев подозрительной деятельности в целях ПОД/ФТ; отбора материалов финансовых расследований, выявленных схем отмывания преступных доходов для последующего анализа в целях ПОД/ФТ.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина по выбору студентов **Б1.В.ДВ.02.02 Коммуникационный менеджмент**

относится к вариативной части профессионального цикла и является элективной. Преподавание дисциплины «Коммуникационный менеджмент» основано на дисциплинах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 а.ч.). Лекции – 18 а.ч, практические занятия – 36 а.ч., самостоятельная работа – 54 а.ч., Форма промежуточной аттестации – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
очная форма обучения								
Тема 1	Коммуникационный менеджмент в системе управления организаций		3		6	2	6	КР,О,Д,ДИ,КС,Т
Тема 2	Коммуникация в системе управления: сущность, основные подходы к изучению		2		5	2	10	КР,О,Д,ДИ,КС,Т
Тема 3	Организационная структура и коммуникация		3		5	2	8	КР,О,Д,ДИ,КС,Т
Тема 4	Управление внутренними коммуникациями в организации		2		6	2	8	КР,О,Д,ДИ,КС,Т
Тема 5	Управление внешними коммуникациями в организации		3		4	2	8	КР,О,Д,ДИ,КС,Т
Тема 6	Специфика коммуникационного менеджмента в коммерческом и некоммерческом секторе		2		4	2	8	КР,О,Д,ДИ,КС,Т
Тема 7	Конфликт-менеджмент в коммуникационном процессе		3		6	2	6	КР,О,Д,ДИ,КС,Т
Итоговый контроль		36						Экз
Всего:		**144**	18		36		54	Экз.

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), доклад (Д). Кроме того, предусмотрен рубежный контроль на контрольной неделе (РК).

Содержание дисциплины

Тема 1. Коммуникационный менеджмент в системе управления организаций

Коммуникационный менеджмент как научная дисциплина и как вид управленческой деятельности. Отличие стратегического и тактического управления. Этика коммуникационного менеджмента.

Тема 2. Коммуникация в системе управления: сущность, основные подходы к изучению

Коммуникация и ее специфика. Каналы коммуникации и их особенности.

Психологические основы коммуникации. Невербальная коммуникация: основные принципы. Защитные жесты и невербальные барьеры коммуникации.

Гендерные особенности невербальной коммуникации. Линейные, нелинейные и циклические модели коммуникации. Массовая и глобальная коммуникации.

Тема 3. Организационная структура и коммуникация

Соотношение организационной структуры, организационных целей и коммуникации в организации. Архитектура организации: типы организационных структур. Бюрократическая модель организации. Дивизиональные структуры организации. Матричная организация и ее использование в современном бизнесе. Организация коммуникационных потоков в различных

Тема 4. Управление внутренними коммуникациями в организации

Управленческие коммуникации в организации. Иерархия организации и коммуникационные потоки. Осуществление властных полномочий в организации. Легитимация власти. Управление и делегирование полномочий. Принципы делегирования полномочий. Формальная и неформальная коммуникация в организации. Социометрическое исследование как метод определения неформальной структуры коммуникаций в организации. Транзактный анализ как метод оценки коммуникаций в организации. Формы деловой коммуникации. Принципы организации деловых коммуникаций. Переговоры и подготовка к ним. Основные этапы. Лидерство в организации. Стиль лидерства. Организационная культура и организационные коммуникации. Типология организационных культур.

Тема 5. Управление внешними коммуникациями в организации

Соотношение внешней и внутренней среды организации. Характеристика основных объектов внешней среды. Маркетинг и его специфика. Маркетинговые коммуникации.. Целевая аудитория. Основные характеристики. Социологические исследования целевой аудитории: основные методы и процедуры исследования. Реклама как внешняя коммуникация и ее характеристики. Экономическая и социальная эффективность рекламы. PR и его отличительные признаки. Нормативное регулирование рекламной деятельности. Закон «О рекламе». Имидж организации. Основные принципы формирования имиджа. Взаимоотношение организации с правящими кругами: лоббирование интересов и GR. Проблема выхода организации на иностранные рынки и коммуникации с внешней средой.

Тема 6. Специфика коммуникационного менеджмента в коммерческом и некоммерческом секторе

Коммерческий и некоммеческий сектор: сходства и отличия. Виды и формы коммерческих и некоммерческих организаций. Организация PR и GR служб в коммерческой и некоммерческой организации.

Тема 7. Конфликт-менеджмент в коммуникационном процессе

Конфликт и его специфика. Конфликты в организации и их виды. Проблема дивергенции целее как организационный конфликт. Предпосылки коммуникационных

конфликтов: коммуникационные барьеры и «шумы». Конфликтная личность. Основные теории психологии конфликта (З. Фрейд, Э. Фромм, К. Хорни, Э.Берн, Л. Фестингер). Инновационная деятельность как причина конфликта. Теория инновационного внедрения К. Левина. Стратегии поведения в конфликте. Тест Томаса-Килмена. Кросс-культурные коммуникации и культурные барьеры. Проблема формирования авто- и гетеростереотипов.

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 С3.В.ДВ.2 Коммуникативный менеджмент используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа:
- опрос;
при проведении занятий семинарского типа:
-опрос, тестирование, доклад-сообщения, деловые игры и круглые столы;
при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
- экзамен

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Метод устного ответа на вопросы билета и дальнейшей беседы по правовым нормам, а также устное решение ситуационных задач.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Примеры вариантов контрольных работ.

Вариант № 1.

1. Один из основоположников теории менеджмента А. Файоль охарактеризовал функции управления следующим образом:
а) предвидеть;
б) организовать;
в) руководить;
г) наставлять;
д) координировать;
е) контролировать.

Вариант №2.

1. Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи – это:
а) реклама;
б) пропаганда;
в) паблик рилейшнз.

Примерные темы доклад-сообщений.

1. Концепция пропаганды в коммуникационном менеджменте.
2. Характеристика теорий «паблик рилейшнз».
3. Линейные коммуникационные модели (Аристотель, Г. Лассуелл, К. Шеннон-У. Уивер).

4. Характеристика циклических моделей коммуникации (У. Шрамм, М. Дефлер).
5. Нелинейные коммуникационные модели (Т. Ньюком, Б. Уэстли-М. маклин).
6. Характеристика сетевых моделей коммуникации.
7. Теория бюрократии М. Вебера.
8. Теория транзактного анализа Э.Берна.
9. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутона.
10. Теория организационной культуры Э. Шейна.
11. Теория организационной культуры Г. Хофштеда.
12. Маркетинг и маркетинговые коммуникации.
13. Медиаплан и основные этапы его формирования.
14. Основные инструменты PR. Краткая характеристика.
15. Теория социального конфликта Л. Козера.
16. Теория социального конфликта Р. Дарендорфа.
17. Теория внедрения инновации К. Левина.

Примерные темы деловых игр и круглых столов.

1. Переговоры с деловыми партнерами.
2. Пресс-конференция.
3. Делегирование полномочий сотрудникам.
4. Построение медиаплана компании.
5. Подготовка концепции коммуникационной политики.
6. Подготовка корпоративного кодекса организации.
7. Разработка плана маркетинговой программы.
8. Фокус-группа.

Примерный образец (комплект) тестов.

1. Какое понятие более общее:
а) коммуникационная политика;
б) коммуникационный менеджмент.
2. Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил:
а) Айви Ли;
б) Э Бернайз;
в) С Блэк;
г) Дж. Грюниг.
3. Аутсорсинг – это:
а) учет и мобилизация стратегических ресурсов организации;
б) передача отдельных информационно-коммуникативных функций сторонней организации;
в) выход готового информационного продукта пресс-службы организации.
4. Метод сбора первичной социологической информации, основанный на визуальном и слуховом восприятии процессов и явлений и прямой их регистрации – это:
а) контент-анализ;
б) наблюдение;
в) интервью.
5. Метод качественно-количественного анализа содержания документов с

целью выявления и измерения социальных фактов и тенденций, отраженных этими документами – это:

а) контент-анализ;

б) наблюдение;

в) интервью.

Вопросы для обсуждения на практических занятиях:

Тема 1: Коммуникационный менеджмент в системе управления организаций.

1. Коммуникационный менеджмент как научная дисциплина и как вид управленческой деятельности.
2. Отличие стратегического и тактического управления.
3. Этика коммуникационного менеджмента.

Тема 2. Коммуникация в системе управления: сущность, основные подходы к изучению.

1. Коммуникация и ее специфика.
2. Каналы коммуникации и их особенности.
3. Психологические основы коммуникации.
4. Невербальная коммуникация: основные принципы.
5. Защитные жесты и невербальные барьеры коммуникации.
6. Гендерные особенности невербальной коммуникации.
7. Линейные, нелинейные и циклические модели коммуникации.
8. Массовая и глобальная коммуникации.

Тема 3. Правовой статус и компетенция органа государственного и муниципального управления:

1. Соотношение организационной структуры, организационных целей и коммуникации в организации.
2. Архитектура организации: типы организационных структур.
3. Бюрократическая модель организации.
4. Дивизиональные структуры организации.
5. Матричная организация и ее использование в современном бизнесе.
6. Организация коммуникационных потоков в различных организационных структурах.

Тема 4. Управление внутренними коммуникациями в организации

1. Управленческие коммуникации в организации.
2. Иерархия организации и коммуникационные потоки.
3. Осуществление властных полномочий в организации. Легитимация власти.
4. Управление и делегирование полномочий. Принципы делегирования полномочий.
5. Формальная и неформальная коммуникация в организации.
6. Социометрическое исследование как метод определения неформальной структуры коммуникаций в организации.
7. Транзактный анализ как метод оценки коммуникаций в организации.
8. Формы деловой коммуникации. Принципы организации деловых коммуникаций.
9. Переговоры и подготовка к ним. Основные этапы.
10. Лидерство в организации. Стиль лидерства.
11. Организационная культура и организационные коммуникации.
12. Типология организационных культур.

Тема 5. Управление внешними коммуникациями в организации

1. Соотношение внешней и внутренней среды организации.
2. Характеристика основных объектов внешней среды.
3. Маркетинг и его специфика. Маркетинговые коммуникации..
4. Целевая аудитория. Основные характеристики.

5. Социологические исследования целевой аудитории: основные методы и процедуры исследования.
6. Реклама как внешняя коммуникация и ее характеристики.
7. Экономическая и социальная эффективность рекламы.
8. PR и его отличительные признаки.
9. Нормативное регулирование рекламной деятельности. Закон «О рекламе».
10. Имидж организации. Основные принципы формирования имиджа.
11. Взаимоотношение организации с правящими кругами: лоббирование интересов и GR.

Тема 6. Специфика коммуникационного менеджмента в коммерческом и некоммерческом секторе.

1. Коммерческий и некоммеческий сектор: сходства и отличия.
2. Виды и формы коммерческих и некоммерческих организаций.
3. Организация PR и GR служб в коммерческой и некоммерческой организации.

Тема 7. Конфликт-менеджмент в коммуникационном процессе.

1. Конфликт и его специфика.
2. Конфликты в организации и их виды.
3. Проблема дивергенции целее как организационный конфликт.
4. Предпосылки коммуникационных конфликтов: коммуникационные барьеры и «шумы».
5. Конфликтная личность. Основные теории психологии конфликта (З. Фрейд, Э. Фромм, К. Хорни, Э.Берн, Л. Фестингер).
6. Инновационная деятельность как причина конфликта. Теория инновационного внедрения К. Левина.
7. Стратегии поведения в конфликте. Тест Томаса-Килмена.
8. Кросс-культурные коммуникации и культурные барьеры. Проблема формирования авто- и гетеростереотипов.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПСК-1	Способность обеспечивать взаимодействие структур на государственном и/или иностранном языке в бизнесе и государственных органах с целью обеспечения экономической безопасности	ПСК-1.2	Способность обеспечивать взаимодействие структур в бизнесе и государственных органах с целью обеспечения экономической безопасности

4.3.2 Типовые оценочные средства

1. Коммуникационный менеджмент как дисциплина. Объект и предмет коммуникационного менеджмента.
2. Основная характеристика коммуникационного менеджмента как вида управленческой деятельности.
3. Функции коммуникационного менеджмента.

4. Менеджер по коммуникациям и его функции в организации.
5. Концепция пропаганды в коммуникационном менеджменте.
6. Краткая характеристика теорий «паблик рилейшнз».
7. Понятие коммуникации.
8. Основные функции коммуникации.
9. Каналы коммуникации и их характеристика.
10. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации.
11. Уровни коммуникации и их специфика.
12. Психологические подходы к изучению коммуникации.
13. Социологические основы изучения коммуникации.
14. Линейные коммуникационные модели (Аристотель, Г. Лассуелл, К. Шеннон-У. Уивер).
15. Характеристика циклических моделей коммуникации (У. Шрамм, М. Дефлер).
16. Нелинейные коммуникационные модели (Т. Ньюком, Б. Уэстли-М. маклин).
17. Характеристика сетевых моделей коммуникации.
18. Соотношение организационных целей и организационной структуры.
19. Основные виды организационных структур.
20. Теория бюрократии М. Вебера.
21. Современные организационные структуры: дивизиональное и матричное построение организаций.
22. Характеристика организации как иерархической системы. Основные коммуникации внутри организации.
23. Власть и ее основания в организации. Понятие легитимности власти.
24. Формальная и неформальная структура организационных коммуникаций.
25. Деловая коммуникация и ее характеристика. Основные виды деловых коммуникаций.
26. Организация переговорного процесса в бизнесе основные этапы и процедуры.
27. Теория транзактного анализа Э.Берна.
28. Руководство и стиль руководства в организации.
29. Основные подходы к изучению стиля руководства в организации: теория черт, ситуационные теории.
30. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутона.
31. Понятие организационной культуры. Связь организационной культуры и организационной коммуникации.
32. Теория организационной культуры Э. Шейна.
33. Теория организационной культуры Г. Хофштеда.
34. Понятие внешней и внутренней среды организации.
35. Внешняя среда как источник возможностей и угроз для организации. Понятие баланса организации и внешней среды.
36. Целевая аудитория организации: основные признаки и характеристики.
37. Маркетинг и маркетинговые коммуникации.
38. Реклама как вид маркетинговой коммуникации. Основные виды рекламы.
39. Нормативное регулирование рекламной деятельности. Основные положения федерального закона «О рекламе».
40. Маркетинговые исследования как вид маркетинговых коммуникаций. Основные цели маркетинговых исследований.
41. Социологические исследования целевой аудитории. Основные этапы и методы.
42. Коммуникационное планирование как вид управленческой деятельности. Основные этапы и принципы коммуникационного планирования.
43. Медиаплан и основные этапы его формирования.
44. PR как вид маркетинговой коммуникацию. Основные отличия PR от рекламы.
45. Имидж организации как объект управления.

46. Основные инструменты PR. Краткая характеристика.
47. Роль и принципы организации GR в современной организации.
48. Основные виды коммерческих и некоммерческих организаций.
49. Преимущества и недостатки коммерческих и некоммерческих организаций.
50. Понятие конфликта. Основные виды конфликтов.
51. Организация как конфликтная система. Виды организационных конфликтов.
52. Коммуникационные барьеры. Основные виды коммуникационных барьеров.
53. Теория социального конфликта Л. Козера.
54. Теория социального конфликта Р. Дарендорфа.
55. Межличностные конфликты в организации: основные причины.
56. Основные типы поведения личности в конфликте.
57. Понятие дивергенции целей.
58. Инновации как источник конфликта. Основные причины сопротивления инновации в организации.
59. Теория внедрения инновации К. Левина.
60. Кросс-культурные коммуникации и их специфика.
61. Культурные барьеры и способы их преодоления.
62. Авто- и гетеростереотипы в кросс-культурных коммуникациях.
63. Эффективность коммуникации и основные критерии эффективности.
64. Обратная связь в коммуникационном процессе и ее роль в профилактике конфликтов.

К экзамену допускаются студенты, выполнившие все требования учебной программы, выполнившие в установленные сроки все виды заданий и работ, не имеющим задолженностей по итогам текущего контроля успеваемости.

Подготовка к экзамену предусматривает устное повторение пройденного учебного материала по дисциплине (с использованием конспектов, учебных пособий, дополнительной литературы), а также дополнительное конспектирование этих источников по перечню вопросов, выносимых на экзамен.

Экзамен проводится в устной форме *по вопросам.*

Знания, умения, действия обучающегося на экзамене оцениваются как «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Шкала оценивания

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**	**Средств (методы) оценивания**
ПСК-1.1 Способность обеспечивать взаимодействие на государственном и/или иностранном языке с целью обеспечения экономической	Посещает учебные занятия по дисциплине. Выполняет самостоятельную работу. Способен контактировать на государственном и/или иностранном языке.	Посещает учебные занятия по дисциплине для получения итоговой оценки. Вовлечён в решение повышенной сложности задач на государственном и/или иностранном	Тестирование, опрос, контрольная работа, реферат ,диспут,эссе, деловая игра

безопасности		языке..	

4.4. Методические материалы

Оценивание обучающихся в процессе поэтапного освоения ими компетенций, формируемых данной дисциплиной осуществляется в форме экзамена, который предполагает оценивание *знаний* с помощью устного собеседования по узловым вопросам и *умений* решать ситуационные задачи и/или деловые игры.

Знания и умения обучающегося на экзамене оцениваются как неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично.

Оценивание обучающегося на экзамене по дисциплине

«удовлетворительно» «хорошо» «отлично»	-Посещает учебные занятия по дисциплине; -Выполняет самостоятельную работу; -Способен контактировать на государственном и/или иностранном языке; -Ориентируется в основных задачах специальности; -Формулирует основные способы достижения взаимодействие структур в бизнесе и государственных органах с целью обеспечения экономической безопасности..	**ПСК-1** **На уровне знаний:** • цели, функций и структуры системы обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта, а также категориального аппарата, используемого в данной области; • особенностей нормативного правового регулирования деятельности по обеспечению экономической безопасности хозяйствующего субъекта; • условия и факторы, способствующие возникновению и реализации угроз (рисков, ущерба) экономической безопасности хозяйствующего субъекта, а также основные механизмы их минимизации; • сути бизнес-процессов организации и операций, нехарактерных для обычных операций и сделок; • формальных и неформальных систем перемещения ценностей и перевода денег; • законодательства Российской Федерации о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (далее – ОД/ФТ), законодательства об ответственности за непредставление или представление недостоверной отчетности; практики применения указанного законодательства; • типологий отмывания денег и уязвимости финансовых продуктов и услуг в отношении ОД/ФТ; • перечня, прямых и косвенных
«неудовлетворительно»	-Не посещает учебные занятия по дисциплине; -Не выполняет самостоятельную работу; -Неспособен контактировать на	

	государственном и/или иностранном языке; -Не ориентируется в основных задачах специальности; -Не формулирует основные способы достижения взаимодействие структур в бизнесе и государственных органах с целью обеспечения экономической безопасности.	признаков наличия преступлений в сфере экономики (в т.ч. предикативных и в отношении ОД/ФТ); **На уровне умений:** • определять, оценивать и использовать различные источники информации для проведения экономического анализа состояния хозяйствующего субъекта; • объективно анализировать информацию, содержащейся в управленческой, финансовой (бухгалтерской) и прочих видов отчетности, устанавливать причинно-следственные связи изменений, произошедших за отчетный период, прогнозировать развитие событий и их последствия, оценивать потенциальные риски и возможности экономического субъекта в обозримом будущем; • проверять качество аналитической информации, полученной в процессе проведения экономического анализа состояния хозяйствующего субъекта и выполнять процедуры по ее обобщению, формулировать выявленные закономерности и полученные результаты, формировать аналитические отчеты, представлять их заинтересованным пользователям; • применять в работе законы, подзаконные акты и локальные нормативные акты организации; • анализировать информацию о подозрительных операциях и сделках; • объективно оценивать факты, при наличии достаточных оснований, подвергать сомнению устоявшиеся взгляды, мнения, решения; • разрабатывать документы, аналитические и отчетные материалы, рекомендации, методические материалы по обеспечению экономической безопасности хозяйствующего субъекта; • выбирать и комбинировать специализированные инструментарии и методики для решения конкретных задач обеспечения экономической безопасности

		хозяйствующего субъекта; • выявлять потенциальные и реальные угрозы экономической безопасности хозяйствующего субъекта, условия и факторы, способствующие их возникновению; • оценивать риск реализации конкретных видов угроз экономической безопасности хозяйствующего субъекта и величину соответствующего ущерба; • разрабатывать, обосновывать и реализовывать мероприятия по предотвращению угроз и минимизации рисков (ущерба) экономической безопасности хозяйствующего субъекта; **На уровне навыков:** • идентификации и оценки угроз (рисков, ущерба) объекту внутреннего аудита (бизнес-процессам, проектам, программам, подразделениям), а также разработки предложений (способов) их минимизации; • обсуждения результатов выполнения процедур внутреннего аудита с уполномоченными представителями объекта внутреннего аудита (бизнес-процесса, проекта, программы, подразделения); • непрерывного мониторинга качества деятельности службы внутреннего аудита; • мониторинга действий (корректирующих мер) руководителей организации, предпринимаемых по результатам внутренней аудиторской проверки; • организации процесса обеспечения сохранности управленческой, финансовой (бухгалтерской) отчетности, документов по финансовому анализу, бюджетированию и движению денежных потоков до их передачи в архив; • определения источников информации (в т.ч. дополнительной) для анализа и проведения финансового расследования в целях ПОД/ФТ; • сбора и анализа информации о возможных фактах ОД/ФТ, полученных в

		результате мониторинга средств массовой информации, информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", а также в рамках сотрудничества участников профессиональных объединений; • анализа информации о финансовых операциях и выделения, систематизации и классификации характерных признаков и критериев подозрительной деятельности в целях ПОД/ФТ; • отбора материалов финансовых расследований, выявленных схем отмывания преступных доходов для последующего анализа в целях ПОД/ФТ.

К экзамену по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты.

В самом начале освоения дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины «Коммуникационный менеджмент»;
- перечнем знаний, умений которыми обучающийся должен овладеть,
- тематическими планами занятий,
- контрольными мероприятиями,
- учебником, учебными пособиями, а также электронными ресурсами,
- перечнем экзаменационных вопросов.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний, умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение заданий учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» проводится в виде экзамен.

Обучающийся допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполненных работ. В случае наличия учебной задолженности обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем.

Обучение по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» предполагает контактную форму работы (лекционные, семинарские занятия, а также выполнение консультации) и самостоятельную работу обучающихся.

5.1. Методические рекомендации по подготовке к лекционным и семинарским занятиям

Занятия по дисциплине проводятся в следующей форме:

Лекция – один из методов устного изложения материала. Слово «лекция» имеет латинское происхождение и в переводе на русский язык означает «чтение». Традиция изложения материала путем дословного чтения заранее написанного текста восходит к

средневековым университетам. Важным моментом в проведении лекции является предупреждение пассивности студентов и обеспечение активного восприятия и осмысления ими новых знаний. Определяющее значение в решении этой задачи имеют два дидактических условия:

1) во-первых, само изложение материала педагогом должно быть содержательным в научном отношении, живым и интересным по форме;

2) во-вторых, в процессе устного изложения знаний необходимо применять особые педагогические приемы, возбуждающие мыслительную активность студентов и способствующие поддержанию их внимания

Один из этих приемов – *создание проблемной ситуации.* Самым простым в данном случае является достаточно четкое определение темы нового материала и выделение тех основных вопросов, в которых надлежит разобраться студентам.

Термин ***«практическое занятие»*** используется в педагогике как родовое понятие, включающее такие виды, как лабораторную работу, семинар в его разновидностях. Аудиторные практические занятия играют исключительно важную роль в выработке у студентов навыков применения полученных знаний для решения практических задач в процессе совместной деятельности с преподавателями.

Если лекция закладывает основы научных знаний в обобщенной форме, практические занятия призваны углубить, расширить и детализировать эти знания, содействовать выработке навыков профессиональной деятельности. Практические занятия развивают научное мышление и речь студентов, позволяют проверить их знания, в связи с чем, упражнения, семинары, лабораторные работы выступают важным средством достаточно оперативной обратной связи.

Для успешной подготовки к практическим занятиям студенту невозможно ограничиться слушанием лекций. Требуется предварительная самостоятельная работа студентов по теме планируемого занятия. Не может быть и речи об эффективности занятий, если студенты предварительно не поработают над конспектом, учебником, учебным пособием, чтобы основательно овладеть теорией вопроса.

Практические занятия служат своеобразной формой осуществления связи теории с практикой. Структура практических занятий в основном одинакова — вступление преподавателя, вопросы студентов по материалу, который требует дополнительных разъяснений, собственно практическая часть, заключительное слово преподавателя. Разнообразие возникает в основной, собственно практической части, доклады, дискуссии, тренировочные упражнения, решение задач, наблюдения, и т. д.

Семинарские занятия как форма обучения имеют давнюю историю, восходящую к античности. Само слово "семинар" происходит от латинского "seminarium" - рассадник и связано с функциями "посева" знаний, передаваемых от учителя к ученикам и "прорастающих" в сознании учеников, способных к самостоятельным суждениям, к воспроизведению и углублению полученных знаний.

В современной высшей школе семинар является одним из основных видов практических занятий. Он представляет собой средство развития у студентов культуры научного мышления. Семинар предназначен для углубленного изучения дисциплины, овладения методологией научного познания. Главная цель семинарских занятий - обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям изучаемой отрасли. На семинарах решаются следующие педагогические задачи (по А. М. Матюшкину):

- развитие творческого профессионального мышления;
- познавательная мотивация;

- профессиональное использование знаний в учебных условиях.

Кроме того, в ходе семинарского занятия преподаватель решает и такие частные задачи, как:

- повторение и закрепление знаний;
- контроль;
- педагогическое общение.

Основные аспекты для подготовки к лекционным занятиям

Тема 1: Коммуникационный менеджмент в системе управления организаций.

Основные аспекты, рассматриваемые на лекции: Сущность понятия «коммуникационный менеджмент». Функции коммуникационного менеджмента. Стратегическое и тактическое управление коммуникациями. Коммуникационная политика. Эффективность коммуникационной политики и ее реализация. Роль менеджера по коммуникациям. Нормативно-правовые акты, регулирующие принципы коммуникационного менеджмента. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента. Типологические модели коммуникационного менеджмента: концепция пропаганды, теории «паблик рилейшнз» (Айви Ли, Э. Бернайс, С. Блэк, Дж. Грунинг).

Тема 2. Коммуникация в системе управления: сущность, основные подходы к изучению.

Основные аспекты, рассматриваемые на лекции: Понятие коммуникации. Коммуникация как социальный процесс. Символический характер коммуникации. Функции коммуникации. Каналы коммуникации. Виды коммуникации: информативная, аффективно-оценочная, рекреативная, убеждающая, ритуальная. Вербальная и невербальная коммуникация. Уровни коммуникации: межличностная коммуникация, групповая и организационная коммуникация, массовая коммуникация, глобальная коммуникация. Основные теоретические подходы к изучению коммуникации: Л.С.Выготский, Л.Витгенштейн, Р.Лангакер, Б.М.Величковский, Ч.Филлмор, П.Бергер, Т.Лукман, Ю.Хабермас, М.Кастельс. Модели коммуникации: линейные модели (Аристотель, Г.Лассуэлл, К.Шеннон-У.Уивер), циклические модели (У.Шрамм, М. Дефлер), нелинейные модели (Т.Ньюком, Б.Уэстли-М.Маклин), сетевые модели (Б.Велман, Л.Фриман, Д.Ноук, И.А.Стрелец, Г.В.Градосельская). Модель Web 2.0.

Тема 3. Правовой статус и компетенция органа государственного и муниципального управления:

Основные аспекты, рассматриваемые на лекции: Организация как система. Понятие организационной структуры. Организационная структура и коммуникационные потоки в организации. Типология организационных структур. Линейная и линейно-функциональная модели организации. Бюрократическая модель организации. Принципы бюрократии по М. Веберу. Дивизиональные организационные структуры. Матричное построение организации. Специфика матричных организационных структур. Коммуникация как функция управления.

Тема 4. Управление внутренними коммуникациями в организации

Основные аспекты, рассматриваемые на лекции: Коммуникационные процессы внутри организации. Основные виды коммуникаций. Управленческие коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Восходящие и нисходящие коммуникации. Статусные позиции в организации. Иерархия в организации. Делегирование полномочий. Принципы делегирования полномочий. Концепция организации коммуникации Ч. Барнарда. Формальные и неформальные связи в организации. Деловая коммуникация. Основные формы деловой коммуникации: деловые

беседы, совещания, переговоры. Основные принципы и этапы организации деловых переговоров. Межличностные коммуникации в организации. Теория транзактного анализа Э. Берна. Роль руководства в организации коммуникаций. Понятие стиля руководства. Основные подходы к определению стиля руководства. Теория черт (Р. Стогдилл, Р. Кеттел, М. Вудкок, Д. Фрэнсис и др.). Ситуационный подход к изучению стиля руководства Ф. Фидлера. Концепция лидерства П. Херси - К. Бланшера. Управленческая решетка Р. Блейка и Дж. Моутона. Взаимосвязь лидерства и организационных норм. Организационная культура. Основные подходы к изучению организационной культуры. Теория Э. Шейна. Концепция организационной культуры Г. Хофштеда. Типы организационных культур.

Тема 5. Управление внешними коммуникациями в организации

Основные аспекты, рассматриваемые на лекции: Организация и внешняя среда. Основные элементы внешнего окружения организации. Внешняя среда как источник возможностей и угроз для организации. Объекты внешних организационных коммуникаций: целевые аудитории, общественность, конкуренты, партнеры, правительственные организации. Основные формы коммуникаций организации с внешней средой: маркетинговые коммуникации, GR. Структура маркетинговых коммуникаций: маркетинговые исследования, маркетинговые программы, реклама и PR. Организация коммуникаций с целевой аудиторией. Маркетинговые исследования и их цель. Целевая аудитория и ее характеристики. Маркетинговые программы как инструмент воздействия на потребительское поведение целевой аудитории. Реклама как основной инструмент коммуникации с целевой аудиторией. Виды и функции рекламы. Модель воздействия рекламы AIDA. Нормативное регулирование рекламной деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»: основные положения. Рекламная кампания и коммуникационное планирование. Экономическая эффективность коммуникационного планирования. Общественность как объект коммуникационного воздействия. Формирование имиджа организации в глазах общественности. PR как основной инструмент формирования общественного мнения. Понятие «черного» и «белого» PR. Основные инструменты PR: пресс-конференции, пресс-релиз, пост-релиз, благотворительные кампании, межкорпоративные события. Коммуникации организации с властными структурами. GR и его роль в управлении современной корпорацией.

Тема 6. Специфика коммуникационного менеджмента в коммерческом и некоммерческом секторе.

Основные аспекты, рассматриваемые на лекции: Коммерческие и некоммерческие организации: основные отличия. Понятие коммерческой и некоммерческой организации. Экономическая эффективность и социальная справедливость как основа разделения коммерческой и некоммерческой функции организации. Преимущества и недостатки коммерческих и некоммерческих организаций. Виды и формы коммерческих и некоммерческих организаций. Коммерческая организация как организация, ориентированная на прибыль. Реклама как основной метод внешних коммуникаций коммерческой организации. Некоммерческие организации и их имидж. Роль PR и GR в некоммерческих организациях.

Тема 7. Конфликт-менеджмент в коммуникационном процессе.

Основные аспекты, рассматриваемые на лекции: Понятие социального конфликта. Основные виды конфликтов. Теория социального конфликта Л. Козера. Конструктивные и деструктивные конфликты. Межличностные конфликты. Конфликты в организации. Коммуникационные конфликты. Барьеры в социальной коммуникации как предпосылка

конфликта. Виды коммуникационных барьеров. Понятие «шума» в коммуникационном процессе. Диагностические схемы коммуникации в конфликте. Связь коммуникации с конфликтностью личности. Типы коммуникативного поведения в конфликте. Стратегии поведения личности в конфликте. Типология стилей поведения в конфликте К. Томаса - Р. Килмена. Дивергенция целей как тип организационного конфликта. Инновации в организации как причина конфликта. Конфликт ценностей. Культурные барьеры как причина коммуникационных конфликтов. Проблема межкультурных коммуникаций. Эффективность коммуникации. Основные критерии эффективности коммуникации. Управление коммуникационными конфликтами. Слухи и способы их устранения. Обратная связь и ее роль в профилактике коммуникационных конфликтов.

Вопросы для самостоятельной подготовки к семинарским занятиям.

Тема 1: Коммуникационный менеджмент в системе управления организаций.

1. Дайте определение термину «коммуникационный менеджмент».
2. Коммуникационная политика как базис стратегического и тактического управления коммуникациями.
3. Назовите принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента.
4. Перечислите основные положения типологических моделей коммуникационного менеджмента.

Тема 2. Коммуникация в системе управления: сущность, основные подходы к изучению.

1. Виды коммуникации: информативная, аффективно-оценочная, рекреативная, убеждающая, ритуальная. Вербальная и невербальная коммуникация.
2. Уровни коммуникации: межличностная коммуникация, групповая и организационная коммуникация, массовая коммуникация, глобальная коммуникация

Тема 3. Правовой статус и компетенция органа государственного и муниципального управления:

1. Организационная структура и коммуникационные потоки в организации.
2. Специфика матричных организационных структур.

Тема 4. Управление внутренними коммуникациями в организации

1. Управленческие коммуникации. Иерархия в организации.
2. Формальные и неформальные связи в организации. Деловая коммуникация.
3. Взаимосвязь лидерства и организационных норм.

Тема 5. Управление внешними коммуникациями в организации

1. Основные формы коммуникаций организации с внешней средой: маркетинговые коммуникации, GR
2. Нормативное регулирование рекламной деятельности в Российской Федерации.
3. GR и его роль в управлении современной корпорацией.

Тема 6. Специфика коммуникационного менеджмента в коммерческом и некоммерческом секторе.

1. Экономическая эффективность и социальная справедливость как основа разделения коммерческой и некоммерческой функции организации
2. Коммерческая организация как организация, ориентированная на прибыль.

Тема 7. Конфликт-менеджмент в коммуникационном процессе.

1. Основные виды конфликтов. Теория социального конфликта Особенности устройства государственной и муниципальной службы.
2. Связь коммуникации с конфликтностью личности
3. Основные критерии эффективности коммуникации.

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

Вопросы для самостоятельной подготовки к лекционным занятиям и занятиям практического (семинарского) типа:

Тема 1. Психологические особенности межличностных коммуникаций.

Характеристика и содержание общения. Перцептивная сторона общения: как люди воспринимают друг друга. Коммуникативная сторона общения.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 15 — 60

Тема 2. Вербальная коммуникация: психологические характеристики речи.

Основы устного общения. Формы вербальной коммуникации. Культура речи.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 61 — 90

Тема 3. Невербальная коммуникация.

Сходство и различие вербальной и невербальной коммуникации. Структура невербальной коммуникации.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 91 — 104

Дополнительная литература

1. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 486 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — С. 326
2. *Корягина, Н. А.* Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — М. :

Издательство Юрайт, 2017. — 440 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03322-9. — С. 141

Тема 4. Формы деловой коммуникации.

Деловые переговоры и деловая беседа. Публичное выступление.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 107 — 160

Тема 5. Основы коммуникативной компетентности специалиста.

Психологические методы убеждающего воздействия. Построение аргументации. Типы вопросов и способы их использования. Барьеры коммуникации.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 165 — 221

Тема 6. Коммуникации в конфликтных ситуациях.

Виды конфликтов. Причины конфликтов. Функции конфликтов. Возникновение и развитие конфликтов. Анализ конфликтов. Способы разрешения конфликтов. Особенности поведения в конфликтных ситуациях. Психотехнологии воздействия на оппонента в конфликтных ситуациях.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 222 — 279

Тема 7. Бизнес-коммуникации в условиях искажения информации.

Классификация видов искажений информации. Диагностика искажения информации партнером в процессе бизнес-коммуникаций. Принципы эффективного выявления неистинной информации. Показатели неискренности человека, наблюдаемые в процессе общения. Проявление показателей неискренности в зависимости от индивидуально-психологических особенностей личности коммуникатора.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 280 — 326

Тема 8. Коммуникации в организациях.

Характеристики групповых процессов в организации. Коммуникация как функция управления организацией. Внутрикорпоративный Public Relations.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 331 — 425

Тема 9. Культура деловых коммуникаций.

Этикет. Основы деловой этики. Национальные особенности делового общения (этики). Атрибуты делового общения.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 427 — 446
2. *Жернакова, М. Б.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 370 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00331-4. — С. 256

Тема 10. Рекламная коммуникация.

Схема рекламной коммуникации. Психология рекламных коммуникаций.

Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7. — С. 447 — 474

Дополнительная литература

1. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 486 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — С. 96

6.1. Основная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5039-7.

2. *Жернакова, М. Б.* Деловые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 370 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00331-4.

6.2. Дополнительная литература

1. *Спивак, В. А.* Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0.
2. *Таратухина, Ю. В.* Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 324 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02346-6.
3. *Тульчинский, Г. Л.* Логика и теория аргументации : учебник для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский, С. С. Гусев, С. В. Герасимов ; под ред. Г. Л. Тульчинского. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01178-4.
4. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 486 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0.
5. *Корягина, Н. А.* Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 440 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03322-9.

6.3 Интернет-ресурсы, справочные системы

1. http://council.gov.ru – Доклады Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации «О состоянии законодательства в Российской Федерации».
2. http://council.gov.ru – Совет Федерации ФС РФ.
3. http://www.coe.int – Совет Европы.
4. http://www.gov.ru/ – Сервер органов государственной власти РФ.
5. http://www.government.gov.ru/ – Правительство Российской Федерации.
6. http://www.kremlin.ru – Президент РФ.
7. http://www.kremlin.ru/events – Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации.
8. http://www.pravo.eup.ru – «Юридическая электронная библиотека».
9. http://www.rsl.ru – Российская Государственная Библиотека.
10. www.un.org – Организация Объединенных Наций
11. http:/www.kremlin.ru – официальный сайт Президента Российской Федерации
12. Федеральная служба по труду и занятости http://www.rostrud.info

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

1. Специализированные залы для проведения лекций и аудитории для проведения семинарских и практических занятий с использованием мультимедийного оборудования и возможностью прямого выхода в сеть Интернет.

2. Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.

3. Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

4. Лицензионные электронные ресурсы: Windows, Microsoft Office (Excel, InfoPath, PowerPoint, Publisher, Word).

5. Информационные справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».