

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 17:26:51  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.

  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ  
ФАКУЛЬТЕТ  
Тверской государственной  
университет  
2023 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**Коммуникационный менеджмент современной компании**

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: к.б.н., доц. Воробьева



Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

**Цель** учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент современной компании» — ознакомить студентов со спецификой коммуникации в современном обществе и современной экономике, чтобы они, как будущие менеджеры, участники бизнес-процессов, могли оценить место и значение корпоративных коммуникаций, ориентироваться в коммуникационном пространстве, применять полученные знания на практике.

#### **Задачи курса:**

- определение роли коммуникационного менеджмента в управлении;
- ознакомление с теоретическими основами управления коммуникациями;
- планирование и управление коммуникативными процессами, в том числе, выявление целевых аудиторий, разработка коммуникационных стратегий, контроль, оценка эффективности коммуникаций, управление коммуникациями и т.д.;
- определение специфики корпоративной идентичности;
- ознакомление с различными направлениями коммуникационной политики организации;
- выявление институциональных основ управления коммуникациями;
- определение актуальных проблем коммуникаций;
- анализ публичных отношений, управление PR-акциями;
- изучение комплекса коммуникаций в системе маркетинга;
- рассмотрение специфики информационного обеспечения коммуникационного менеджмента;
- изучение актуальных проблемных коммуникаций;
- анализ экономики коммуникационного менеджмента с рассмотрением финансового бюджета и ресурсов коммуникационного менеджмента;
- определение роли коммуникационного менеджмента в мировом сообществе.

Преподавание учебного материала по курсу проводится исходя из научно обоснованных рекомендаций, с учетом преобразований, происходящих в экономике страны

## **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент современной компании» относится к вариативной части учебного плана, является междисциплинарным предметом, он предполагает высокий общий уровень знаний в области общественных наук, экономической теории, социологии и психологии управления, политологии.

С точки зрения места в системе управленческих дисциплин курс «Коммуникационный менеджмент современной компании» построен во взаимосвязи с такими дисциплинами, как «Основы менеджмента», «Брендинг территорий», «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» и др. Данная дисциплина способствует изучению последующих курсов: «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования», «Разработка и технологии производства коммуникационного продукта» и т.д.

**Уровень начальной подготовки** обучающегося для успешного освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент современной компании»:

- иметь представление о принципах потребительского поведения, теории фирмы и организационных формах бизнеса, проблемах управления фирмами;
- знать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения.

**В результате изучения данной дисциплины студенты должны знать:**

- особенности процесса коммуникации;

- основные понятия и модели коммуникации;
- основы и проблемы коммуникации;
- приемы создания корпоративных коммуникаций;
- психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние;
- особенности общественных коммуникаций, формирования общественного мнения, имиджа;
- функции и воздействия массовых коммуникаций;
- коммуникационные системы и коммуникационные технологии;
- правовые и этические основы коммуникационного управления;
- специфику корпоративной идентичности;
- организационные основы управления коммуникациями;
- факторы конкурентоспособности персонала;
- особенности коммуникологических исследований;
- актуальные проблемы коммуникаций;
- сущность экономики коммуникационного менеджмента;
- содержание ресурсов коммуникационного менеджмента;
- особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.

**В результате усвоения знаний изучаемого курса студенты должны уметь:**

- определять специфику управления как деятельности;
- выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их;
- разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства;
- содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них;
- определять коммуникационную структуру организации;
- анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику;
- управлять PR-акциями;

- оценивать организации как коммуникативные образования (производственные коммуникации, рыночные и маркетинговые коммуникации, коммуникативное окружение);
- анализировать неформальные коммуникации;
- представлять соотношение общества и коммуникаций;
- анализировать корпоративный дизайн и фирменный стиль;
- анализировать технологии коммуникационного обеспечения;
- применять средства корпоративных коммуникаций;
- определять формы и методы связей с общественностью;
- характеризовать персонал коммуникационного менеджмента;
- использовать технико-технологические носители информации.

### 3. Объем дисциплины:

Для студентов 3 курса очной формы обучения

3 зачетных единицы, 108 академических часа, в том числе

**контактная работа:** лекции 30 часов, практические занятия 15 часов,

**самостоятельная работа:** 63 часов.

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
--	---

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 6 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**

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

Учебная программа - наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) занятия	
Блок 1. Теоретические основы корпоративной коммуникации Тема 1. Роль коммуникационного менеджмента в управлении	11	3	2	6
Тема 2. Теоретические основы управления коммуникациями	11	3	2	6
Тема 3. Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR	11	3	2	6
Тема 4. Теории коммуникаций	11	3	2	6
Блок 2. Маркетинговый характер корпоративной коммуникации Тема 5. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга	11	3	2	6
Тема 6. Коммуникационный менеджмент в PR-деятельности	9	3	1	6
Тема 7. Корпоративная идентичность	9	3	1	6
Блок 3. Коммуникации во внешнем и внутреннем маркетинге. Тема 8. Организационные основы управления коммуникациями	11	3	1	7

Тема 9. Коммуникационная политика организации	11	3	1	7
Тема 10. Персонал коммуникационного менеджмента. Профессиональные требования к персоналу	11	3	1	7
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>63</b>

### III. Образовательные технологии

<b>Учебная программа – наименование разделов и тем</b>	<b>Вид занятия</b>	<b>Образовательные технологии</b>
<b>Блок 1. Теоретические основы корпоративной коммуникации</b>		
<i>Тема 1.</i>	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 2.</i>	Лекция, практическое занятие	Дискуссия, Мозговой штурм
<i>Тема 3.</i>	Лекция	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации)
<i>Тема 4.</i>	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
<b>Блок 2. Маркетинговый характер корпоративной коммуникации</b>		
<i>Тема 5.</i>	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия Работа с редкими книгами
<i>Тема 6.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 7.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<b>Блок 3. Коммуникации во внешнем и внутреннем маркетинге</b>		
<i>Тема 8.</i>	Лекция, практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра) Метод развивающей кооперации

Тема 9.	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии Фасилитированная дискуссия
Тема 10.	Лекция, практическое занятие	Тренинг Метод case-study

#### IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

##### Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 1

ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<p><b>Составьте краткий письменный конспект (электронный), в котором должны быть раскрыты следующие вопросы, термины и понятия.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Целевая направленность коммуникационного менеджмента.</li> <li>• Основные характеристики типологии управления.</li> <li>• Различные виды коммуникаций в организации.</li> <li>• Особенности межличностных коммуникаций.</li> <li>• Формы коммуникаций в организации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ответ характеризуется композиционной цельностью, соблюдена логическая последовательность, поддерживается равномерный темп на протяжении всего ответа – 2-3 балла</li> <li>• Ответ характеризуется композиционной цельностью, есть нарушения последовательности, большое количество неоправданных пауз – 1 балл</li> <li>• Не прослеживается логика, мысль не развивается – 0 баллов</li> <li>• Речевых и лексико-грамматических ошибок нет</li> </ul>
	<b>Аттестационная исследовательская работа № 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• результатах грамотно описаны все основные идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован собственный взгляд на проблему – 7-10 баллов</li> <li>• Не все результаты</li> </ul>



		<p>представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в использовании базовых знаний – 4-6 баллов</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи, допущены ошибки в ключевых базовых знаниях – 1-3 балла</li> <li>• Практическая работа не выполнена – 0 баллов</li> </ul>
--	--	--

## Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 2

ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации	<p><b>Написание эссе</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правовые основы коммуникационного менеджмента.</li> <li>2. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.</li> <li>3. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.</li> <li>4. Специфика управленческих усилий на всех этапах коммуникационного процесса.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Раскрыта проблемы на теоретическом уровне, с корректным использованием исторических понятий в контексте ответа – 2 балла;</li> <li>• Представлена аргументированная собственная точка зрения (позиции, отношения) – 2 балла;</li> <li>• Представлена собственная точка зрения, но не аргументирована – 1 балл;</li> <li>• Внутреннее смысловое единство, соответствие теме – 2 балла;</li> <li>• Соблюдены правила орфографической, пунктуационной,</li> </ul>

		стилистической культуры – 1 балл
	<p><b>Кейсы</b></p> <p>1. Составьте пресс-релиз, информирующий об изменениях в руководстве компании. Пресс-релиз составляется для любой региональной компании (самостоятельный выбор). Пишется в предположительных, а не фактических обстоятельствах</p> <p>2. Продумайте рекламные раздаточные материалы туристической компании, работающей на рынке внутреннего туризма. Предложите варианты и опишите каждый из них</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах грамотно описаны все основные идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован собственный взгляд на проблему – 3-5 баллов</li> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в базовых знаниях – 2 балла</li> <li>• В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи, допущены ошибки в ключевых базовых знаниях – 1 балл</li> <li>• Практическая работа не выполнена – 0 баллов</li> </ul>

### Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 3

ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p><b>Аттестационная исследовательская работа № 1</b></p> <p>Часть 1. Этап разработки проекта системы внешних и внутренних коммуникаций рекламного агентства (РА).</p> <p>Часть 2. Внутренние коммуникации в РА.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В результатах грамотно описаны все основные идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован собственный взгляд на проблему – 5-6 баллов</li> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в</li> </ul>

		<p>терминах и в использовании базовых знаний – 3-4 балла</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи, допущены ошибки в ключевых базовых знаниях – 1-2 балла</li> <li>• Практическая работа не выполнена – 0 баллов</li> </ul>
	<p><b>Написание реферата</b></p> <p>1. Особенности управления межличностными коммуникациями внутри организации.</p> <p>2. Технологии управления коммуникациями поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами. с</p> <p>3. Управление коммуникациями в областях связей с общественностью. с</p> <p>4. Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.</p> <p>5. Особенности управления коммуникации в процессе выработки управленческого решения. в</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оригинальность текста составляет: свыше 75% - 3 балла 50-74 % - 2 балла 25-49 % - 1 балл менее 25% - 0 баллов</li> <li>• привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. публикации последних лет) – 2 балла</li> <li>• реферат опирается на учебную литературу и/ или устаревшие издания – 1 балл</li> <li>• Отражение в плане ключевых аспектов темы – 2 балла;</li> <li>• Фрагментарное отражение ключевых аспектов темы – 1 балл;</li> <li>• Полное соответствие содержания теме и плану реферата – 2 балла;</li> <li>• Частичное соответствие содержания теме и плану реферата – 1 балл;</li> <li>• сопоставление различных точек зрения по одному вопросу (проблеме) – 1 балл;</li> <li>• Все представленные выводы обоснованы – 2 балла;</li> <li>• Аргументирована часть выводов – 1 балл.</li> <li>• верно оформлены ссылки на используемую литературу – 1 балл</li> <li>• соблюдены правила орфографической, пунктуационной, стилистической культуры – 1 балл;</li> </ul>

		• соблюдены требования к объёму реферата – 1 балл.
--	--	--

## Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 4

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	<b>Практическая работа «Коммуникационный менеджмент в фильмах»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах грамотно описаны все основные идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован собственный взгляд на проблему – 3-5 баллов</li> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в использовании базовых знаний – 2 балла</li> <li>• В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи, допущены ошибки в ключевых базовых знаниях – 1 балл</li> <li>• Практическая работа не выполнена – 0 баллов</li> </ul>
	<i>Устный ответ при фронтальном опросе или при работе на семинаре</i> Специфика формирования внутренних коммуникационных систем.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 3 балла</li> <li>• Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1-2 балла</li> </ul>

	Направления коммуникаций в организации. Особенности внешних коммуникационных систем организации. Методы развития коммуникационных систем организации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов</li> </ul>
--	---	---

## Содержание курса

### **Тема 1. Роль коммуникационного менеджмента в управлении.**

Специфика коммуникационного менеджмента. Позиционное представление коммуникационного менеджмента. Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная направленность коммуникационного менеджмента. Целевая направленность коммуникационного менеджмента. Коммуникационная политика. Публицитный капитал. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили.

### **Тема 2. Теоретические основы управления коммуникациями.**

Специфика управления как деятельности. Сущность управления. Управление и руководство. Элементы структуры управления. Основные характеристики типологии управления. Понятие коммуникационного менеджмента. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента. Предмет, объект и субъект коммуникационного менеджмента. Содержание коммуникационного менеджмента и его задачи. Особенности целевых групп коммуникационного менеджмента.

**Тема 3. Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR.** Особенности зарождения PR в США. Характеристики основных периодов развития PR-деятельности в США. Развитие PR в России. Основные понятия паблик рилейшнз. Особенности трансформации паблик рилейшнз. Соотнесение понятий «паблик рилейшнз» и «корпоративные коммуникации».

**Тема 4. Теории коммуникаций.** Понятие коммуникации. Специфика коммуникации в организации. Специфика коммуникативных аспектов. Цели

и функции коммуникаций. Различные виды коммуникаций в организации. Особенности межличностных коммуникаций. Формы коммуникаций в организации. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Специфика коммуникационного взаимодействия. Особенности барьеров коммуникаций в организации.

**Тема 5. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга.** Маркетинговые коммуникации и факторы их эффективности. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью. Стимулирование сбыта. Личные продажи. Прямой маркетинг. Комплексная система маркетинговых коммуникаций. Модели маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговых коммуникаций.

**Тема 6. Коммуникационный менеджмент в PR-деятельности.** Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Основные методы коммуникативного воздействия. Принципы планирования PR-деятельности. Этапы процесса планирования PR-кампании. Контроль PR-акций.

**Тема 7. Корпоративная идентичность.** Понятие корпоративной идентичности. Сущность и субъекты корпоративной идентичности. Формирование корпоративной идентичности. Формирование знаний о компании. Целенаправленное формирование единого ценностного поля. Понятие имиджа. Классификация имиджа. Законы формирования имиджа. Функционал имиджа. Структура имиджа организации. Имидж руководителя и его основные составляющие. Основные характеристики корпоративного дизайна и фирменного стиля.

**Тема 8. Организационные основы управления коммуникациями.** Специфика формирования внутренних коммуникационных систем. Направления коммуникаций в организации. Особенности внешних коммуникационных систем организации. Методы развития коммуникационных систем организации.

Технико-технологические средства корпоративных коммуникаций. Особенности применения электронных коммуникаций. Разновидности сетевых телекоммуникаций. Характеристика и особенности кризисных коммуникаций.

**Тема 9. Коммуникационная политика организации.** Технология планирования, организации и проведения коммуникационной политики организации. Особенности различных вариантов институциональных основ управления коммуникациями.

**Тема 10. Персонал коммуникационного менеджмента. Профессиональные требования к персоналу.** Особенности профессиональной пригодности и профессиональной компетентности специалиста в области коммуникационного менеджмента. Модель личностно-деловых качеств современного коммуникационного менеджера. Характеристики человековедческой подготовленности в области коммуникационного менеджмента.

### Оценочные материалы для проверки сформированности компетенций

#### Компетенция ПК-2

**Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий**

#### *Задания закрытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
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 Какой пункт в этом списке лишний?	г) наставлять	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).  <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
2	Деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри	б) коммуникационный менеджмент	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).

	<p><b>организации, так и между организацией и ее внешней средой, путем реализации коммуникационной политики – это:</b></p> <p>а) стратегия коммуникации; б) коммуникационный менеджмент; в) коммуникационный аудит</p>		<p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>
3	<p><b>Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи – это:</b></p> <p>а) реклама; б) пропаганда; в) паблик рилейшнз</p>	<p><b>б) пропаганда</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>
4	<p><b>В практике коммуникационного менеджмента «хорошей» называется организация, которая:</b></p> <p>а) предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам; б) ведет социально одобряемую деятельность; в) верны оба варианта; г) неверен ни один из вариантов</p>	<p><b>в) верны оба варианта</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>
5	<p><b>Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил:</b></p> <p>а) Айви Ли; б) Э. Бернайз; в) С Блэк; г) Дж. Грюниг.</p>	<p><b>а) Айви Ли</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>

#### *Задания открытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	<p>_____ - это особый вид капитала, которым обладает рыночный субъект, функционирующий в пространстве публичных коммуникаций. В качестве соответствующей потребительной стоимости выступают такие нематериальные субстанции, как репутация, позитивное общественное мнение, престиж и привлекательный имидж в глазах общественности, эффективный и выгодный публичный дискурс и, в целом, позитивное публицити.</p>	<p><b>паблицитный капитал</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответам (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответам (ключам).</p>



2	Технология «конструирования» трудового коллектива в коммуникационном менеджменте – это _____	<b>усилия менеджера по созданию здоровых формальных и неформальных отношений в коллективе</b>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
3	Однонаправленный поток информации, основная цель которого не слушание, а говорение – это _____	<b>пропагандистская модель Дж. Грюнига</b>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
4	К какой группе целей в коммуникационном менеджменте относится формирование взглядов на организацию и ее действия, их закрепление и изменение относится?	<b>к целям отношения (установок)</b>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
5	Укажите блоки качеств и заполните каждый из них в модели личностно-деловых качеств современного менеджера (В. М. Шепель).	<p><b>Блок общих качеств:</b> незаурядный интеллект, обостренная интуиция, человеколюбие, эрудиция, оптимизм, опыт общения и приложения профессиональных знаний</p> <p><b>Блок конкретных качеств:</b> порядочность, компетентность, организаторские данные, вкус к самосовершенствованию, обаяние</p> <p><b>Блок специфических качеств:</b> коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, стрессоустойчивость</p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>

### Компетенция ПК-3

**Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**

#### *Задания закрытого типа*

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	<b>В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая:</b> а) производит товары и услуги, известные обществу; б) демонстрирует общественности организационные ценности; в) верны оба варианта; г) не верен ни один из вариантов	<b>в) верны оба варианта</b>	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

#### *Задания открытого типа*

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	Закончите определения. А). Краткосрочные или непосредственные результаты конкретной программы или деятельности в области коммуникационного менеджмента – это ____ Б). Изменения мнения, отношения и поведения со стороны целевой аудитории, вызванные распространенными материалами, сообщениями – это ____	<b>А). итоги коммуникационной кампании;</b> <b>Б). результаты коммуникационной кампании</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответам (ключам). Формулировка ответа может отличаться. <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответам (ключам).

### **Темы семинарских занятий**

#### **Семинар 1.**

#### **Тема 1. Роль коммуникационного менеджмента в управлении.**

Специфика коммуникационного менеджмента. Позиционное представление коммуникационного менеджмента. Коммуникационная политика. Публицитный капитал. Коммуникационные сети. Коммуникационные стили.

**Тема 2. Теоретические основы управления коммуникациями.** Специфика управления как деятельности. Сущность управления. Управление и руководство. Понятие коммуникационного менеджмента. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента. Предмет, объект и субъект коммуникационного менеджмента. Содержание коммуникационного менеджмента и его задачи. Особенности целевых групп коммуникационного менеджмента.

### **Семинар 2.**

**Тема 3. Паблик рилейшнз: история развития, основные понятия, трансформация PR.** Особенности зарождения PR в США. Характеристики основных периодов развития PR-деятельности в США. Развитие PR в России. Основные понятия паблик рилейшнз. Особенности трансформации паблик рилейшнз. Соотнесение понятий «паблик рилейшнз» и «корпоративные коммуникации».

**Тема 4. Теории коммуникаций.** Понятие коммуникации. Специфика коммуникации в организации. Специфика коммуникативных аспектов. Цели и функции коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Специфика коммуникационного взаимодействия. Особенности барьеров коммуникаций в организации.

### **Семинар 3.**

**Тема 5. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга.** Маркетинговые коммуникации и факторы их эффективности. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью. Стимулирование сбыта. Личные продажи. Прямой маркетинг. Комплексная система маркетинговых коммуникаций. Модели маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговых коммуникаций.

### **Семинар 4.**

**Тема 6. Коммуникационный менеджмент в PR-деятельности.** Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Основные методы коммуникативного воздействия.

**Тема 7. Корпоративная идентичность.** Понятие корпоративной идентичности. Сущность и субъекты корпоративной идентичности. Формирование корпоративной идентичности. Формирование знаний о компании. Целенаправленное формирование единого ценностного поля.

#### **Семинар 5.**

**Тема 8. Организационные основы управления коммуникациями.** Специфика формирования внутренних коммуникационных систем. Направления коммуникаций в организации. Особенности внешних коммуникационных систем организации. Методы развития коммуникационных систем организации.

**Тема 9. Коммуникационная политика организации.** Технология планирования, организации и проведения коммуникационной политики организации. Особенности различных вариантов институциональных основ управления коммуникациями.

**Тема 10. Персонал коммуникационного менеджмента. Профессиональные требования к персоналу.** Особенности профессиональной пригодности и профессиональной компетентности специалиста в области коммуникационного менеджмента. Модель личностно-деловых качеств современного коммуникационного менеджера.

#### **Пример оформления задания для подготовки к семинару**

**Подготовьтесь к семинарскому занятию по следующим вопросам:**

**Тема 5. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга.** Маркетинговые коммуникации и факторы их эффективности. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью. Стимулирование сбыта. Личные продажи. Прямой маркетинг. Комплексная система маркетинговых

коммуникаций. Модели маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговых коммуникаций.

**Внимание: при подготовке ответа на вопрос следует подготовить раздаточные материалы для группы в электронной форме! Раздаточные материалы не должны повторять текст ответа! В них должны быть представлены основные термины, понятия, имена ученых (при необходимости), даты (при необходимости), классификация или схемы (при необходимости), выделены базовые моменты!**

**При самостоятельной работе по подготовке к семинару рекомендуется:**

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и позволяет продемонстрировать глубину знаний;
- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;
- при подготовке к семинарским занятиям выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:**

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;

- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы или сформулировать свои вопросы для обсуждения.

Источники литературы - см. в разделе "Файлы", в программе обучения (ссылки на открытые источники и электронные библиотеки)

### **Вопросы для самостоятельной работы**

- Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента.
- Прикладная направленность коммуникационного менеджмента.
- Целевая направленность коммуникационного менеджмента.
- Элементы структуры управления.
- Основные характеристики типологии управления.
- Различные виды коммуникаций в организации.
- Особенности межличностных коммуникаций.
- Формы коммуникаций в организации.
- Принципы планирования PR-деятельности.
- Этапы процесса планирования PR-кампании.
- Контроль PR-акций.
- Понятие имиджа.

- Классификация имиджа.
- Законы формирования имиджа.
- Функционал имиджа.
- Структура имиджа организации.
- Имидж руководителя и его основные составляющие.
- Основные характеристики корпоративного дизайна и фирменного стиля.
- Техничко-технологические средства корпоративных коммуникаций.
- Особенности применения электронных коммуникаций.
- Разновидности сетевых телекоммуникаций.
- Характеристика и особенности кризисных коммуникаций.
- Характеристики человековедческой подготовленности в области коммуникационного менеджмента.

### **Пример задания по отработке вопросов самостоятельной работы**

**Составьте краткий письменный конспект (электронный), в котором должны быть раскрыты следующие вопросы, термины и понятия.**

- Целевая направленность коммуникационного менеджмента.
- Основные характеристики типологии управления.
- Различные виды коммуникаций в организации.
- Особенности межличностных коммуникаций.
- Формы коммуникаций в организации.
- Принципы планирования PR-деятельности.
- Источники литературы: в разделе файлы. Также допускается использование иных источников информации из открытых ресурсов. Следует учитывать валидность подобных источников.
- **Конспект прикрепляется в виде файла при отправке задания.**
- **Конспект оформляется в виде документа в форматах doc и т.д.**
- **Формат А4.**

- **При оценке конспекта также будет учитываться его структура, логика и последовательность изложения материала.**
- **Конспект выполняется индивидуально.**

### Темы эссе

1. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
2. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.
3. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.
4. Специфика управленческих усилий на всех этапах коммуникационного процесса.
5. Формы и методы управления коммуникационным процессом.
6. Критерии эффективности в управлении коммуникациями.
7. Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.
8. Задачи менеджера по коммуникационному обеспечению деятельности фирмы.
9. Пути повышения эффективности обратной связи при управлении коммуникационным процессом.
10. Паблик рилейшнз – как важнейшее звено в управлении коммуникациями.
11. Проблемы в обеспечении управляемости информационных потоков.
12. Критерии эффективности в организации управления внутрифирменными коммуникациями.
13. Управления коммуникациями в кризисном периоде.
14. Управления коммуникациями в период избирательных кампаний.
15. Паблик рилейшнз как коммуникативная дисциплина.
16. Технологии скрытого управления общественным мнением.
17. Манипуляция общественным мнением как одна из задач коммуникатора.
18. Убеждение и манипулирование как стратегические задачи коммуникационного менеджмента: история, теория, практика.
19. Асимметричность информационных потоков: причины, возможности управленческого воздействия.



20. Особенности управления коммуникациями в период деловых переговоров.

21. Влияние слухов и мифов на процесс управления коммуникациями

### **Практическая работа «Коммуникационный менеджмент в фильмах»**

Задание выполняется по учебным рекламным агентствам или индивидуально (по желанию). Вес задания – 5 баллов.

Выберите любой фильм из предложенного списка:

1. *Охотник за головами (2009)*
2. *Рекрут (2003)*
3. *Кадры (2013)*
4. *Стажер (2015)*
5. *В погоне за счастьем (2006)*
6. *Дьявол носит Prada (2006)*
7. *Человек, который изменил все (2011)*
8. *Социальная сеть (2010)*
9. *Два дня, одна ночь (2014)*
10. *Рекламисты (1947)*
11. *99 франков (2007)*
12. *Generation П*
13. *Чего хотят женщины (What Women Want, США, 2000).*
14. *Как преуспеть в рекламе (How to Get Ahead in Advertising, 1989, Великобритания)*
15. *День выборов (2007, Россия)*
16. *Святоша (Holy Man, 1998, США)*
17. *День радио (Россия, 2003).*
18. *Цена измены (Derailed, 2005, США)*
19. *500 дней лета (Days of Summer. 2009, США)*

Посмотрите выбранный фильм.

Составьте развернутые ответы на следующие вопросы:

- Какие проблемы и задачи коммуникационного менеджмента Вы могли бы отметить в фильме?

Как они решаются? Могли бы Вы предложить собственный вариант решения задач / проблем (задач)?

- Какая коммуникационная сеть и какой коммуникационный стиль представлены?

- Составьте схему внешних и внутренних коммуникаций, которые увидели в фильме.

### **Кейсы**

Следует выполнить каждый кейс. Работа выполняется индивидуально. Отдельные задания будут проверяться на уникальность (оригинальность), чтобы исключить прямое заимствование из интернет-ресурсов.

1. Составьте пресс-релиз, информирующий об изменениях в руководстве компании. Пресс-релиз составляется для любой региональной компании (самостоятельный выбор). Пишется в предположительных, а не фактических обстоятельствах.
2. Напишите письмо акционерам РАО «Газпром», извещающее их об очередном собрании акционеров.
3. Продумайте наполнение корпоративного сайта государственного образовательного учреждения. Опишите возможную структуру сайта, основные рубрики и разделы, цветовое оформление.
4. Продумайте рекламные раздаточные материалы туристической компании, работающей на рынке внутреннего туризма. Предложите варианты и опишите каждый из них.
5. Продумайте рекламные раздаточные материалы туристической компании, работающей на рынке внешнего туризма. Предложите варианты и опишите каждый из них.
6. Создайте тексты медийного продвижения проекта благотворительного марафона. Укажите название марафона, опишите его основные задачи и

участников, создайте текст, укажите варианты каналов коммуникации по распространению текста.

7. Продумайте радиорекламу музеев в Константинове и Болдине.
8. Продумайте обращение за спонсорской поддержкой научного форума «Проблемы современной рекламы»
9. Напишите текст приветствия от имени спонсора в день общероссийского праздника Кирилла и Мефодия.

### **Аттестационная исследовательская работа № 1**

#### **Часть 1. Этап разработки проекта системы внешних и внутренних коммуникаций рекламного агентства (РА).**

Для учебного рекламного агентства укажите название, слоган, сформулируйте миссию. Перечислите сотрудников РА, включая ФИО, должности, основные должностные функции. Составьте схему вашего РА (нарисуйте организационную структуру – см. Основы менеджмента).

#### **Часть 2. Внутренние коммуникации в РА.**

Вспомните одну из основных моделей процесса коммуникации, в которую входят: источник коммуникации (отправитель), информация (передаваемое сообщение), канал коммуникации, получатель (адресат).

Для своего РА составьте начальную схему внутренних коммуникаций.

1. Укажите (перечислите) возможные каналы коммуникаций внутри организации (РА).
2. Приведите примеры (не менее 3) информационных сообщений (типы), которые могут передаваться внутри организации.
3. Напишите получателей сообщений для приведенных в п. 2 примеров.

### **Аттестационная исследовательская работа № 2**

Является обязательной работой студента в рамках изучаемой дисциплины и является основанием для аттестации студента по практическим занятиям.

1. Аттестационная работа выполняется в виде презентации по выбранной теме.
2. За период обучения необходимо подготовить одну аттестационную работу.
3. Темы презентаций выбираются из представленного преподавателем списка или предлагаются студентом самостоятельно по темам дисциплины и согласовываются с преподавателем.
4. После утверждения темы презентации она не меняется.
5. Работа выполняется индивидуально.
6. Темы презентаций не должны повторяться. Распределение тем следует обсудить между собой в группе.
7. Презентация готовится в формате Power Point, объемом 15-20 слайдов, раскрывающих данную тему.
8. Презентация прикрепляется электронным файлом к заданию.
9. На 1-ом слайде - название работы, исполнитель (ФИО, группа), преподаватель - ФИО, уч. звание, степень.
10. На 2-ом слайде дается содержание работы (4-6 пунктов).
11. На последнем слайде указать использованные источники и интернет-ссылки.
12. В презентации приветствуются тематическая графика, логотипы, диаграммы, фото, иллюстрации и таблицы.
13. Имя электронного файла должно содержать дату, тему, ФИО студента, группу.
14. Для оформления слайдов желательно не использовать темный или яркий цветной фон и текст на выворотке (белый на темном).
15. Не использовать мелкий шрифт.

### **Примерная тематика аттестационных работ**

1. Цели задачи коммуникационного менеджмента как учебной дисциплины.
2. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.

3. Современные информационные войны: возможности управления.
4. Психологические войны: цели, участники, «полководцы», последствия.
5. Влияние политической культуры населения на возможности управления коммуникациями.
6. Проблемы рационального управления коммуникациями: теория и практика.
7. Политический менеджмент: история, современные технологии.
8. Стратегии и тактики в управлении избирательными кампаниями.
9. Особенности управления межличностными коммуникациями внутри организации.
10. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.
11. Управление коммуникациями в областях связей с общественностью.
12. Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.
13. Особенности управления коммуникации в процессе выработки управленческого решения.
14. Менеджер по коммуникациям как профессия.
15. Управление механизмом формирования и1085 новостей как основа работы спин-доктора
16. Можно ли и как влиять на коммуникативное пространство (сферу коммуникационного процесса).
17. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
18. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.
19. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.
20. Специфика управленческих усилий на всех этапах коммуникационного процесса.
21. Формы и методы управления коммуникационным процессом.
22. Критерии эффективности в управлении коммуникациями.
23. Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.

24. Задачи менеджера по коммуникационному обеспечению деятельности фирмы.
25. Пути повышения эффективности обратной связи при управлении коммуникационным процессом.
26. Паблик рилейшнз – как важнейшее звено в управлении коммуникациями.
27. Проблемы в обеспечении управляемости информационных потоков.
28. Критерии эффективности в организации управления внутрифирменными коммуникациями.
29. Управление коммуникациями в кризисном периоде.
30. Управление коммуникациями в период избирательных кампаний.
31. Паблик рилейшнз как коммуникативная дисциплина.
32. Технологии скрытого управления общественным мнением.
33. Манипуляция общественным мнением как одна из задач коммуникатора.
34. Убеждение и манипулирование как стратегические задачи коммуникационного менеджмента: история, теория, практика.
35. Асимметричность информационных потоков: причины, возможности управленческого воздействия.
36. Особенности управления коммуникациями в период деловых переговоров.
37. Влияние слухов и мифов на процесс управления коммуникациями.

### **Тематика рефератов**

1. Цели задачи коммуникационного менеджмента как учебной дисциплины.
2. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.
3. Современные информационные войны: возможности управления.
4. Психологические войны: цели, участники, «полководцы», последствия.
5. Влияние политической культуры населения на возможности управления коммуникациями.

6. Проблемы рационального управления коммуникациями: теория и практика.
7. Политический менеджмент: история, современные технологии.
8. Стратегии и тактики в управлении избирательными кампаниями.
9. Особенности управления межличностными коммуникациями внутри организации.
10. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.
11. Управление коммуникациями в областях связей с общественностью.
12. Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.
13. Особенности управления коммуникации в процессе выработки управленческого решения.
14. Менеджер по коммуникациям как профессия.
15. Управление механизмом формирования новостей как основа работы спин-доктора.
16. Можно ли и как влиять на коммуникативное пространство (сферу коммуникационного процесса).

## **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### 1) Рекомендуемая литература

#### **Основная литература:**

Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / О. С. Звягинцева, Д. С. Кенина, О. Н. Бабкина, А. П. Исаенко. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. — 132 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109384.html>

Коммуникационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / О. С. Звягинцева, Д. С. Кенина, О. Н. Бабкина, А. П. Исаенко ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный

аграрный университет (СтГАУ), 2019. – 132 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614100>

#### **Дополнительная литература:**

Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 144 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/39000.html>

Грачев, А. С. PR-служба компании : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — ISBN 978-5-394-03568-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87616.html>

## 2) Программное обеспечение

### *а) Лицензионное программное обеспечение*

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.

Microsoft Office профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

### *б) Свободно распространяемое программное обеспечение*

AdobeAcrobatReader DC – бесплатно

GIMP 2.6.12-2 – бесплатно

GlassFishServerOpenSourceEdition 4.1.1 – бесплатно

GoogleChrome – бесплатно

NetBeans IDE – бесплатно

SmartGit – бесплатно

WinDjView 2.0.2 - бесплатно



### 3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «ZNANIUM.COM» - [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
2. ЭБС «ЮРАИТ» - [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
4. ЭБС IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>
5. ЭБС «Лань» - <http://e.lanbook.com>
6. ЭБС BOOK.ru - <https://www.book.ru/>
7. ЭБС ТвГУ - <http://megapro.tversu.ru/megapro/Web>
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp?](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?)
9. Репозиторий ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru>
10. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
11. Журналы издательства Taylor&Francis - <http://tandfonline.com/>
12. Патентная база компании QUESTEL- ORBIT - <https://www.orbit.com/>
13. INSPEC EBSCO Publishing - <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/basic?sid=e7fb50ae1091-42b7-9d26-43e3a1eb4f4d%40sessionmgr102&vid=0&hid=107>
14. БД Scopus - <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>
15. БД Web of Science - [http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=)
16. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда - <http://lib.myilibrary.com/Browse.aspx>
17. Архивы журналов издательства Oxford University Press - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
18. Архивы журналов издательства Sage Publication - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
19. Архивы журналов издательства Annual Reviews - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
20. Polpred.com Обзор СМИ - <http://www.polpred.com/>

21. СПС Консультант Плюс - (в сети ТвГУ)
22. ИПС «Законодательство России» - <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>
23. Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС - <http://arbicon.ru/>
24. Сводные каталоги фондов российских библиотек КОРБИС - <http://corbis.tverlib.ru/catalog/>.

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

<http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникативных агентств России АКАР

<http://www.advertology.ru/> - портал об отрасли

<http://www.sovetnik.ru/> - PR

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Вопросы для подготовки к зачету**

1. Специфика коммуникационного менеджмента.
2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.
3. Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента.
4. Прикладная направленность коммуникационного менеджмента.  
Целевая направленность коммуникационного менеджмента.
5. Коммуникационная политика. Публицитный капитал.
6. Коммуникационные сети и стили.
7. Сущность управления. Элементы структуры управления.
8. Понятие, содержание деятельности коммуникационного менеджмента.
9. Содержание коммуникационного менеджмента и его задачи.
10. Особенности целевых групп коммуникационного менеджмента.
11. Соотнесение понятий «паблик рилейшнз» и «корпоративные коммуникации».

12. Виды коммуникаций в организации. Специфика коммуникации в организации.
13. Особенности межличностных коммуникаций.
14. Формы коммуникаций в организации.
15. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
16. Маркетинговые коммуникации и факторы их эффективности.
17. Реклама как составная часть маркетинговых коммуникаций.
18. Комплексная система маркетинговых коммуникаций.
19. Принципы планирования PR-деятельности. Этапы процесса планирования PR-кампании. Контроль PR-акций.
20. Понятие корпоративной идентичности. Сущность и субъекты корпоративной идентичности. Формирование корпоративной идентичности.
21. Функционал имиджа. Структура имиджа организации.
22. Имидж руководителя и его основные составляющие.
23. Специфика формирования внутренних коммуникационных систем.
24. Особенности внешних коммуникационных систем организации.
25. Технология планирования, организации и проведения коммуникационной политики организации.
26. Модель личностно-деловых качеств современного коммуникационного менеджера.

### **Принципы и критерии оценки**

Преподаватель оценивает не только усвоение материала лекций, но и работу студентов на лекциях и семинарских занятиях. Учитывается:

- Активность студента – его участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем.

- Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии.

- Успешность действий студента при освоении им практики составления поисковых запросов для различных систем

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов:

- Активность в выполнении домашнего задания (использование возможности двух консультаций с преподавателем, предоставление промежуточных результатов работы на ознакомление). Общее количество выполненных домашних заданий.

- Правильность выполнения домашнего задания.

Домашнее задание включает в себя самостоятельную проработку темы.

По итогам проводится контрольная работа, устный или письменный опрос.

Дополнительные задания и его конкретные характеристики задаются преподавателем (тест для оценки знаний, подготовка реферата, практические работы).

Для выполнения заданий студенту оказываются индивидуальные консультации.

Все задания выполняются студентами последовательно (по мере прохождения обучения) и также последовательно проверяются и разбираются преподавателем на семинарах или в индивидуальном порядке.

В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать:

- усвоение предложенных на лекциях и семинарах знаний;
- умение использовать новые знания на практике.

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы:

- 1) Задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (тест для оценки знаний, подготовка реферата, практические работы).

2) Задания, которые дополняют теоретические вопросы дисциплины (практические задания).

Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Отметка за задания второго типа необходима для допуска к зачету (3 семестр; экзамену (4 семестр).

Контроль за работой студентов делится на:

- текущий (в ходе лекций и семинарских занятий),
- рейтинговый (модульный)
- промежуточный.

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы в начале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы. Основными формами текущего контроля успеваемости являются наблюдение, проверка письменных и практических заданий с использованием балльных оценок.

На занятиях преподаватель оценивает и комментирует качество выполненных студентами домашних заданий, а также учебную работу студентов непосредственно в ходе занятий. Учитываются уровень подготовленности студента к занятию, качество выполнения домашних заданий, степень его активности в ходе занятия.

Рейтинговый контроль подразумевает суммирование баллов, набранных каждым студентом в процессе изучения модуля.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для итоговой аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала.

### **Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям**

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки.

Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и

дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой.

Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой.

### **Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям**

**Семинарское занятие** по дисциплине – важная форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов правового обеспечения социальной работы. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать

аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

**При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:**

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и позволяет продемонстрировать глубину знаний;
- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;
- при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:**

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;
- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее



интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);

- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к зачету и экзамену.

**Практическая работа** начинается с краткого вступительного слова и контрольных вопросов. Во вступительном слове преподаватель объявляет тему, цель и порядок проведения занятия. В одном случае все обучающиеся решают задачи самостоятельно, а преподаватель контролирует их работу.

В тех случаях, когда у большинства студентов работа выполняется с трудом, преподаватель может прервать их и дать необходимые пояснения (частично-поисковый метод). В других случаях задачу решает и комментирует свое решение студент под контролем преподавателя.

Основная задача преподавателя на каждом практическом занятии, наряду с обучением своему предмету (дисциплине), – научить будущего специалиста думать. Особое место среди практических занятий отводится так называемым групповым занятиям. Для успешного достижения учебных целей подобных занятий при их организации должны выполняться следующие основные требования:

- соответствие действий обучающихся ранее изученным на лекционных и

практических занятиях методикам и методам;

- поэтапное формирование умений и навыков, т.е. движение от знаний к умениям и навыкам, от простого к сложному и т.д.;
- выработка индивидуальных и коллективных умений и навыков.

Выполнение практических занятий по дисциплине требует деления учебной группы на подгруппы. В каждой подгруппе назначается старший из числа наиболее подготовленных студентов. В процессе занятия руководитель показывает методы, способы и приемы выполнения действий, объясняет их последовательность, взаимосвязь, предостерегает от характерных ошибок. В процессе занятия преподаватель накапливает материал для подведения итогов, которые желательно подводить сначала по подгруппам: указываются конкретные успехи и недостатки в работе обучающихся, – а затем со всей учебной группой. На последнем этапе отмечаются общие недостатки в работе и достигнутые успехи, пути дальнейшего совершенствования умений и навыков в период самостоятельной работы. К практическому занятию от студента требуется предварительная подготовка, которую он должен провести перед занятием.

### **Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов**

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной

терминологией);

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

### **Методические рекомендации студентам по написанию рефератов**

Написание реферата является:

- одной из форм обучения студентов, направленной на организацию и повышение уровня самостоятельной работы студентов;
- одной из форм научной работы студентов, целью которой является расширение научного кругозора студентов, ознакомление с методологией научного поиска.

Реферат, как форма обучения студентов, - это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы. Темы рефератов содержатся в программе курса.

**Целью** написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно

грамотным языком и в хорошем стиле;

- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

### **Основные задачи студента при написании реферата:**

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;
- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

### **Требования к содержанию:**

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу.

### **Структура реферата.**

1. Начинается реферат с *титульного листа*.

*Образец оформления титульного листа для реферата:*

2. За титульным листом следует *Оглавление*. Оглавление - это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на

которой он находится.

3. *Текст* реферата. Он делится на три части: *введение, основная часть и заключение.*

а) *Введение* - раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

б) *Основная часть* - это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст.

в) *Заключение* - данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые "высветились" в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

4. *Список источников и литературы.* В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке (английском или французском). Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см. *Оформление Списка источников и литературы*).

**Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению реферата.**

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 и не более 20 страниц. Работа должна выполняться через 1,5 интервал 14 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее -

20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;
- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Реферат должен быть сдан для проверки в установленный срок.

### **Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов**

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. **Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы»)** являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); изучение законодательных норм, выполнение заданий для самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме.

**Аудиторная самостоятельная работа** включает в себя: выполнение тестовых заданий для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

**Использование консультаций при самостоятельной работе.** Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала,

возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удаётся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины, а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

### **Методические указания при подготовке эссе**

Цель написания эссе состоит в формировании у студента умения вырабатывать и корректно аргументировать свою точку зрения на новые для автора проблемы. Студент должен выбрать одну тему эссе из предлагаемых и написать соответствующую работу.

Эссе призвано показать скорее общий подход к проблеме, чем проанализировать ее детали. Важно понимать при этом, что особо ценится свежий взгляд на проблему, какие-либо ее новые стороны.

Студент волен выбрать любую точку зрения: отстаивать общепринятые взгляды или представить свою аргументированную позицию. Важно, чтобы доводы и факты в обоих случаях были максимально сильными и убедительными.

Само написание эссе предполагает работу в спокойной домашней обстановке, когда есть возможность еще раз просмотреть учебную и научную литературу, сопоставить знания, полученные в разных частях курса, привлечь дополнительные источники информации. При написании эссе следует стремиться создать максимально сжатый текст, затрагивающий, однако, все основные аспекты проблемы.

Помимо заранее запланированных тем студент может самостоятельно предложить проблему для обсуждения и написать эссе на свободную тему.

Рекомендуемый размер эссе – 2-3 машинописных страницы. Начинать необходимо с главной идеи или яркой фразы, которая сразу же должна захватить внимание читателя. Здесь часто применяется сравнительная аллегория, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой эссе. Работа должна отражать и развивать только один вариант, одну мысль. Эссе - есть ответ на этот единственный вопрос.

Следует отвечать четко на этот поставленный вопрос и не отклоняться от темы: текст должен быть динамичным и содержать что-то новое или любопытное для читателя. При этом содержание вопроса может охватывать широкий спектр проблем, требующих привлечения большого объема литературы. В этом случае можно принять решение, согласно которому следует освещать и иллюстрировать только определенные аспекты выбранной темы. После этого не возникнет никаких сложностей, если автор не будет выходить за рамки очерченного круга, а выбор будет вполне обоснован и подкреплен соответствующими доказательствами. Исходя из решения о том, как следует отвечать на вопрос, автор должен составить план/структуру своего ответа. Структура любой письменной работы, в том числе и эссе, как правило, состоит из таких компонентов, как:

При формировании цели эссе обратить внимание на следующие вопросы:

- В чем состоит актуальность выбранной темы?
- Какие другие примеры идей, подходов или практических решений вам известны в рамках данной темы?
- В чем состоит новизна предлагаемого подхода?

Структура эссе:

1. Титульный лист.
2. Введение
3. Основная.
4. Заключение.

**Введение:** суть и обоснование выбора данной темы. Обязательным является изложение причин выбора темы. Почему эта тема интересна автору



и должна также быть интересна читателю?

**Развитие темы (основное содержание):** аргументированное раскрытие темы на основе собранного материала (идеи, модели и цифровые данные). Именно здесь должна обосновываться (логически, используя фактологические данные или строгие рассуждения) предлагаемая аргументация/анализ. Наполняя содержанием сюжетные разделы (под соответствующими подзаголовками) важно ограничиться в пределах параграфа рассмотрением одной главной мысли.

**Заключение:** обобщение материала и аргументированные выводы по теме с указанием возможных путей решения исследуемой проблемы.

Необходимым условием при написании домашней творческой работы является грамотная расстановка акцентов. Хорошо проверенный и совершенно необходимый способ построения любого эссе — использование *подзаголовков* для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что автор предполагает сделать (и убедиться в том, хорош ли замысел). Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Подзаголовки нужны не только для обозначения основных разделов, которые необходимо осветить. Они помогают автору показать логику изложения материала.

При выдвижении собственной позиции в центре внимания оказывается авторская способность (возможность) критически и независимо оценивать круг данных и точки зрения/аргументацию других, способность понимания сути исследуемых проблем и вопросов, установления связи между ключевыми моментами любых проблем, использование аналитического подхода при их рассмотрении, умение дифференцировать и ранжировать (что является более, а что менее важным).

При изложении основного материала эссе, необходимо писать кратко, четко и ясно.

Необходимо помнить также, что сведения, касающиеся спорных

вопросов, всегда подвергаются сомнению. От автора не ждут, что он даст определенный или окончательный ответ (никто и никогда не согласится с тем, что это есть единственно правильный ответ!). Но то, что необходимо сделать — это понять сущность фактологического материала, связанного с исследуемым вопросом, и продемонстрировать это в своем эссе.

При написании эссе важно проверить его черновую версию. Главная задача черновика – выработка аргументации, формулирование основных мыслей и расположение их в строгой последовательности в сопровождении иллюстративных материалов или вспомогательных данных. Написав первый вариант, сделайте перерыв на один-два дня, а затем вернитесь к работе по проверке и улучшению.

### **Критерии оценки исследовательской работы:**

- репрезентативность эмпирического материала (студенту необходимо осуществить как можно более полный охват материала изучаемой сферы);
- полнота анализа;
- наличие выводов о наблюдаемых тенденциях, субъективной оценки изученных материалов.

Высокая оценка исследовательской работы ставится в случае полного соответствия критериям (допускаются незначительные погрешности). Низкая оценка ставится в случае частичного соответствия работы критериям. Исследовательская работа не считается зачтенной в случае несоответствия критериям.

Сформированность компетенций проверяется посредством следующих видов контроля: текущий контроль – опросы, работа на семинарах, оценка выполнения заданий для самостоятельной работы; рейтинговый контроль – создание эссе, выполнение проектной /аттестационной работы; формы промежуточного контроля – зачет.

**Текущий контроль знаний** используется для оперативного и

регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для итоговой аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного

материала. Итоговой формой контроля сформированности компетенций у студентов по дисциплине является экзамен.

### **Требования к рейтинг-контролю:**

Дисциплина имеет одну точку промежуточного контроля – зачет. Максимальное количество баллов, которое может получить студент за весь период изучения дисциплины - 100 баллов.

Студенту, набравшему 40 баллов и выше по итогам работы в семестре, выставляется оценка «зачтено». Студент, набравший до 39 баллов включительно, сдает зачет.

Бальная структура оценки:

Работа на семинарах – от 1 до 3 баллов за ответ (5 семинаров по темам дисциплины; от 5 до 15 баллов)

Выполнение кейсов и практической работы– от 0 до 3 баллов (за 9 кейсов – от 0 до 27 баллов, практическая работа по фильмам – 5 баллов)

Выполнение итоговой работы 1 - от 0 до 6 баллов

Выполнение итоговой работы 2 - от 0 до 10 баллов

Выполнение эссе, написание реферата – от 0 до 7 баллов. Критериями оценки данного задания является степень выполнения задания, раскрытия темы, аргументации сделанных выводов.

Самостоятельная внеаудиторная работа – от 0 до 3 баллов (от 0 до 30 баллов, по темам для самостоятельной работы студентов). Проверка осуществляется посредством выполнения письменных работ или устного опроса.

### **VII. Материально-техническое обеспечение**

Имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для проведения занятий лекционного типа, обеспечивающих тематические иллюстрации.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная аудитория № 38 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)</p>	<p>Стол, стулья, переносной ноутбук, переносной мультимедийный проектор, доска аудиторная</p>	<p>AdobeAcrobatReader DC – бесплатно GIMP 2.6.12-2 – бесплатно GlassFishServerOpenSourceEdition 4.1.1 – бесплатно GoogleChrome – бесплатно KasperskyEndpointSecurity 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. MicrosoftOffice профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 MicrosoftWindows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 NetBeans IDE – бесплатно SmartGit – бесплатно WinDjView 2.0.2 - бесплатно</p>

### VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.	<b>IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации</b>	Дополнены и отредактированы задания (практические работы, кейсы и т.д.)	Протокол заседания кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью № 8 от 29 июня 2023 г.
2.	<b>V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</b>	Обновлен список основной и дополнительной литературы (по данным ЭБС вуза)	