


ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 Л.Н.Костина
«20» «06» 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Теория коммуникационной политики в сфере услуг»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профили «Менеджмент непроизводственной сферы»
«Управление малым бизнесом»

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Целью изучения дисциплины «Теория коммуникационной политики в сфере услуг» является: формирование у студентов основ освоения системного, процессного, ситуационного, структурно-функционального и программно-целевого подходов в коммуникационном управлении, познание сущности особенностей и роли коммуникации в управлении организацией.

Код компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК - 4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знать: универсальные способы общения в устной и письменной формах
		уметь: строить словесные и языковые коммуникации
		владеть: составлением устных и письменных коммуникаций
ОПК- 4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	знать: теоретические основы коммуникации и информации; основные модели коммуникационного процесса
		уметь: подготавливать публичные выступления
		владеть: правилами составления текстовых материалов; передачей информации при невербальных коммуникациях
ПК - 2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	знать: практические основы изучения и решения тех коммуникационных проблем, которые обусловлены способами организации бизнеса
		уметь: предвидеть кризисные ситуации и своевременно их устранять
		владеть: современными технологиями коммуникационного менеджмента

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

В соответствии с утвержденным учебным планом дисциплина «Теория коммуникационной политики в сфере услуг» отнесена к вариативной части обязательных дисциплин.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Список дисциплин, результаты которых необходимы для изучения данной дисциплины: «Основы менеджмент», «Социология», «Психология».

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Теория коммуникационной политики в сфере услуг», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами, как «Стратегический менеджмент», «Маркетинг», «Корпоративный менеджмент», «Управленческие решения», «Антикризисное управление».

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента

	Кредиты ECTS (зачетные единицы)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		0	3	Очная	Заочная
				Семестр № 2	Семестр № 2
Общая трудоемкость	2	72	72	Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные занятия (всего)				54	6
В том числе:					
Лекции				18	4
Семинарские занятия				36	2
Самостоятельная работа (всего)				18	66
Промежуточная аттестация					
В том числе:					
зачет				зачет	зачет

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

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени)									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
Раздел 1. Коммуникация – основа теории и практики управления										
Тема 1. Теоретические аспекты коммуникации. Модели коммуникационного процесса	2		6	2	10	2			11	13
Тема 2. Массовые коммуникации и средства массовой коммуникации	2		6	2	10				11	11
Тема 3. Вербальные и невербальные коммуникации	4		6	4	14				11	11
Итого по разделу:	8		18	8	34	2			33	35
Раздел 2. Роль государства в регулировании социально значимых услуг										
Тема 4. Коммуникационные проблемы организации	4		6	4	14	2			11	13
Тема 5. Коммуникационная политика организации	2		6	2	10			2	11	13
Тема 6. Паблик рилейнз – наивысший уровень коммуникации	4		6	4	14				11	11
Итого по разделу:	10		18	10	38	2		2	33	37
Всего за семестр:	18		36	18	72	4		2	66	72

4.2. Содержание разделов дисциплины:

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
Раздел 1. Коммуникация как основной способ передачи информации				
Тема 1.1. Теоретические аспекты коммуникации. Модели коммуникационного процесса.	1. Определение, значение и содержание коммуникаций и информации 2. Модели коммуникации. 3. Формы деловой коммуникации.	Семинарское занятие 1: 1. Определение, значение и содержание коммуникаций и информации. 2. Коммуникационные роли. 3. Цели коммуникации.	2	
		Семинарское занятие 2: 1. Модели коммуникации (модель Аристотеля; Г. Лассуэлла; модель И.С.К.П. - источник - сообщение - канал - получатель). 2. Формы деловой коммуникации	2	
Тема 1.2. Массовые коммуникации и средства массовой коммуникации	1. Массовая коммуникация. 2. Массовая информация. 3. Средства массовой коммуникации. 4. Система средств массовой коммуникации	Семинарское занятие 3: 1. Средства массовой информации (СМИ). 2. Внешняя среда организации. 3. Контактные аудитории фирмы. 4. Сущность массовой коммуникации. 5. Массовые коммуникации (идеологические, политические, социальные).	2	
		Семинарское занятие 4: 1. Фазы массовой коммуникации (докоммуникативная, коммуникативная, послеккоммуникативная). 2. Средства массовой информации (пресса, радио, телевидение, интернет, почта, телеграф, телефон и др.)	2	
Тема 1.3. Вербальные и невербальные	1. Основы устного общения. 2. Формы вербальной коммуникации. Культура речи.	Семинарское занятие 5: 1. Вербальные коммуникации, или	2	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
коммуникации	3. Структура невербальной коммуникации. Мимика и жесты.	речевые, коммуникации (устные и письменные). 2. Текст, как средство коммуникации. 3. Публичные выступления. 4. Особенности вербальной коммуникации		
		Семинарское занятие 6: 1. Акустическая и оптическая система отражения невербального поведения человека 2. Мимика и жесты при проведении деловых переговоров и совещаний	2	
Раздел 2. Коммуникационная политика в организации				
Тема 2.1. Коммуникационный менеджмент	1. Сущность и формы (технологии) коммуникационного менеджмента. 2. Маркетинговые коммуникации. 3. Управление кризисом.	Семинарское занятие 7: 1. Сущность коммуникационного менеджмента. 2. Коммуникационные проблемы организации. 3. Формы коммуникационного менеджмента.	2	
		Семинарское занятие 8: 1. Средства внутриорганизационных коммуникаций 2. Маркетинговые коммуникации (реклама, персональные продажи, продвижение продаж, публич рилейшнз). 3. Управление кризисом	2	
Тема 2.2. Коммуникационная политика организации	1. Сущность и понятие коммуникационной политики. 2. Формирование коммуникационных целей и стратегии организации. 3. Стратегия политической рекламы.	Семинарское занятие 9:	4	
		1. Нахождение и разработка коммуникационных проблем. 2. Выбор цели коммуникации. 3. Коммуникационная	2	

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских занятий		
			Кол-во часов	
			0	3
1	2	3	4	5
		политика организации.		
		Семинарское занятие 10: 1.Связи с целевыми аудиториями. 2.Планирование обратной связи. 3.Создание службы связи с общественностью. 4.Коммуникационная стратегия.	2	
Тема 2.3. Паблик рилейшнз – высший уровень коммуникации	1. Паблик рилейшенз – искусство и наука. 2. Направления деятельности PR. 3. Маркетинговая практика PR.	Семинарское занятие 11: 1.Стратегическое и тактическое планирование PR. 2. Основные функции PR. 3. Структура службы PR. 4. PR в структуре рыночных отношений.	2	
		Семинарское занятие 12: 1. Паблисити имиджмейкеры. 2.Комплексные направления деятельности PR. 3.Организация специальных событий (приемы, презентации, конференции, дни открытых дверей, выставки).	2	

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Теория коммуникационной политике в сфере услуг: конспект лекций для студентов 1 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непроеизводственной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом») очной формы обучения / сост. Л.М.Тарасенко. – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2017. – 118 с. (в электронном варианте, режим доступа <https://drive.google.com/drive/folders/0B66PkWjwU5AKX2NpNUVpQUQ1ek0>)

2. Теория коммуникационной политики в сфере услуг: методические рекомендации для проведения семинарских занятий студентов 1 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом») очной / заочной форм обучения / сост. Л.М. Тарасенко. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 35 с.

3. Теория коммуникационной политики в сфере услуг: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов 1 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом») очной / заочной форм обучения / сост. Л.М. Тарасенко. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 42 с.

4. Тарасенко Л.М. Теория коммуникационной политики: учебное пособие. / Л.М. Тарасенко – Харьков, Основа, 2000. – 208 с.

Перечень вопросов для самоподготовки

1. Фазы и цели коммуникации
2. Контактные аудитории, фирмы
3. Текст, как способ коммуникации
4. Сущность коммуникационного менеджмента
5. Деятельность пресс-секретаря и пресс-службы
6. Коммуникационная стратегия организации
7. Формирование коммуникационных целей
8. Основные функции PR
9. Паблсити и имидж
10. Стратегическое и тактическое планирование PR

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Моисеева А.П. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. / А.П. Моисеева – Томск: Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.

2. Григорьева Н.Н. Коммуникационный менеджмент: Учебно-методические материалы. / Н.Н. Григорьева – М.: МИЭМП, 2007. – 44 с.

3. Деловые коммуникации : учебник / Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. — Москва : КноРус, 2016. — 320 с. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/916804>

4. Деловые коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков, Л.В. Комарова. — Москва : КноРус, 2016. — 222 с. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/917888>.

5. Комунікаційний менеджмент [текст] : навчально-методичний посібник / О.В. Перевознікова ; ДонДУУ. - Донецьк : ДонДУУ, 2012. - 182 с.

6. Коноваленко М.Ю. Деловые коммуникации в малом предпринимательстве: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко и В.А. Коноваленко. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 468 с.

7. Науменко Е.А. Деловые коммуникации: учебное пособие. - Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013. - 352 с.

5.3. Перечень дополнительной литературы

1. Храмченко В.Е. Деловое общение с зарубежными партнёрами: учебное пособие / В.Е. Храмченко. - Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013. - 110 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232400>

2. Тангалычева Р.К. Теории и кейсы межкультурной коммуникации в условиях глобализации / Р.К. Тангалычева. - СПб: Алетейя, 2012. - 247 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=110113>

3. Чудинов А.П. Деловое общение: практикум: учебное пособие / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. - Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2012. - 154 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137760>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Вестник Российской коммуникативной ассоциации [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/text/vestnik-rca.shtml
2. Журнал «Бизнес. Общество. Власть» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.hse.ru/mag/27364712/>
3. Медиа. Информация. Коммуникация: Международный электронный научно-образовательный журнал [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://mic.org.ru>
4. <http://www.elitarium.ru>
5. <http://www.dist-cons.ru>
6. <http://www.real-business.ru>
7. <http://www.aup.ru>.
8. <http://knigafund.ru>

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

7.1. Перечень информационных технологий (при необходимости)

Электронные презентации используются студентами на семинарских занятиях во время докладов; во время подготовки и для оценки индивидуальной работы осуществляется взаимодействие с обучающимися посредством электронной почты. Skype, для проведения дистанционного обучения и консультаций.

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации.

За учебный семестр проводится два контроле: текущий и итоговый. Текущий контроль проводится по показателям посещения занятий каждым студентом и по выполнению им задач текущего контроля.

Тема засчитывается, если студент набрал не менее 60% баллов. В случае, если студент получил неудовлетворительную оценку, он может повторно сдать этот раздел, но не более одного раза. В случае неудовлетворительного повторной сдачи студенту выставляется неудовлетворительная оценка, учитывается при выставлении итоговой оценки. Повторная сдача происходит на внеаудиторных консультациях.

В случае отсутствия студента на промежуточной аттестации без уважительной причины оценка ему не выставляется.

Итоговый контроль усвоения учебного материала осуществляется по результатам промежуточного контроля. Итоговая оценка выставляется как сумма баллов за промежуточные контроле без организации экзаменационной сессии. При этом оценка «отлично» выставляется если студент набрал более 90 баллов, «хорошо» - 75-89 баллов, «удовлетворительно» - 60-74 баллов.

Итоговые оценки по результатам итогового контроля доводятся до сведения студентов в течение недели, следующего за выставлением итоговых оценок.

Студенты, которые намерены повысить итоговую оценку по результатам текущего контроля, получают право получить зачет.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость)	Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя	Оценка по государственной шкале	Оценка по шкале ECTS	Определение
4,5 – 5,0	90% – 100%	5	A	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%)
4,0 – 4,49	80% – 89%	4	B	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%)
3,75 – 3,99	75% – 79%	4	C	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%)
3,25 – 3,74	65% – 74%	3	D	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%)
3,0 – 3,24	60% – 64%	3	E	достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным количеством недостатков (до 40%)
до 3,0	35% – 59%	2	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%)
	0 – 34%	2	F	неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%)

8.3. Критерии оценки работы студента.

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

8.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы)

Пример типового задания из оценочных средств, определенных в рамках данной дисциплины для проведения текущей, промежуточной аттестации по пунктам:

Вы работаете менеджером по сбыту компании «Быттехника» и у вас на телефонной линии «горячее» предложение к сотрудничеству. Группа немецких бизнесменов с визитом из Бакума, остановилась в гостинице «Киев». Они требуют срочной информации, которая позволила бы им попасть в главные магазины компании. Но русский язык приехавших немцев также плох как и ваш немецкий. Как бы вы могли общаться с немцами, имея столь важную информацию.

Контрольные вопросы

1. Определение значения и содержание коммуникации и информации.
2. Модели коммуникаций.
3. Модели коммуникационных процессов и СКТ.
4. Фазы и цели коммуникации.
5. Этапы (компоненты) коммуникационного процесса.
6. Коммуникационные роли.
7. Способы массовой коммуникации (СМК).
8. Способы массовой информации (СМИ).
9. Внешняя среда организации.
10. Контактные аудитории, фирмы.
11. Вербальные коммуникации.
12. Текст, как способ коммуникации.
13. Невербальные коммуникации.
14. Сущность массовой коммуникации и массовой информации.
15. Функция массовой коммуникации и массовой информации.
16. Сущность коммуникационного менеджмента.
17. Коммуникационные потребности организации (формы, технологии коммуникационного менеджмента).
18. Деятельность пресс-секретаря и пресс-службы.
19. Деятельность службы связи с общественностью и прессой.
20. Маркетинговые коммуникации.
21. Внутреорганизационные коммуникации.
22. Способы внутреорганизационной коммуникации.
23. Коммуникационная политика организации.
24. Коммуникационная стратегия организации.
25. Коммуникационные роли.
26. Выявление коммуникационных проблем.
27. Формирование коммуникационных целей.
28. Определение и содержание публич релейшнз.
29. PR как наука и искусство.
30. Основные функции PR .
31. Структура службы PR.
32. PR в структуре рыночных отношений.
33. Комплексные направления деятельности PR.
34. Паблисити и имидж.
35. Организация специальных событий (приёмы, презентации, выставки и др.).
36. Стратегическое и тактическое планирование PR.

Для получения оценки «отлично» студент должен глубоко и досконально знать

материал всех разделов данной дисциплины: понятие коммуникации, ее виды и средства, этапы и модели коммуникационного процесса, понятие и формы коммуникационного менеджмента, стратегию и тактику деловых коммуникаций, виды рекламной коммуникации, понятие конфликтов, виды и причины возникновения конфликтов, методы борьбы с конфликтами в организациях, а также иметь практические навыки решения задач продвижения товаров и услуг на рынок, формирование коммуникационного бюджета и коммуникативного плана.

За полный ответ на все поставленные вопросы при наличии отдельных неточностей в определении понятий дисциплины, решении ситуационных задач студент получает оценку «хорошо».

Оценку «удовлетворительно» получает студент, когда фрагментарно знает базовый материал, допускает ошибки в определении понятий дисциплины, решении задач.

Оценку «неудовлетворительно» получает студент при ответе, из которого видно, что студент не усвоил базовый материал по учебной дисциплине, а потому не смог четко изложить основные теоретические положения по разработке коммуникационной стратегии организации, формирование коммуникационного бюджета и коммуникативного плана.

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Для оценки знаний, умений, навыков студентов по дисциплине «Деловые коммуникации в малом предпринимательстве» применяется балльная система оценки студента.

Семестровый зачет проводится по результатам текущего контроля в обязательном присутствии студентов.

Максимальное число баллов за семестр – 100. Максимальное число баллов по результатам текущей работы в семестре – 80. Максимальное число баллов на зачете – 20.

В случае набора студентом по результатам текущей работы в семестре от 60 до 80 баллов, зачет выставляется автоматически. Однако если студент желает повысить свой балл, то он сдает зачет.

Минимальное число баллов за текущую работу в семестре – 40. Студент набравший в семестре менее 40 баллов может заработать необходимые баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины или выполнив обязательные задания, для того чтобы быть допущенным до зачета.

Студент, набравший за текущую работу менее 40 баллов, как не выполнивший всю работу в семестре по объективным причинам (болезнь, официальное освобождение и т.п.) допускается до зачета, однако ему дополнительно задаются вопросы по разделам, выносимым на зачет, а также предлагается дополнительно к выполнению две ситуационные задачи, что позволит определить сформированность компетенций и получить дополнительные баллы.

Для получения оценки «зачтено» суммарное количество баллов студента по результатам работы в семестре и на зачете, должна быть не менее 60 баллов.

Структура балльной оценки:

качество подготовки к семинарскому занятию (правильность изложения при ответе на устные вопросы, наличие выполненных практических аудиторных и домашних заданий, задач и т.д.), корректность и вежливость при ответе на вопрос, а также в ходе дискуссии между студентами при обсуждении темы семинарского занятия, общая активность в течение семестра, нестандартность ответа на семинарском занятии – от 0 до 5 баллов за одно семинарское занятие, но не более 45 баллов за семестр.

выступление с докладом – от 0 до 5 баллов за доклад.

зачет – 20 баллов (оценивается в баллах от 0 до 20).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации, предлагаемые оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении курса. Рекомендуется такая последовательность: ознакомиться с содержанием программы курса; изучить и законспектировать соответствующие разделы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников.

Учитывая тот факт, что изучение дисциплины предусматривает кропотливую работу и содержательное обсуждение вопросов на семинарских занятиях, именно во время самостоятельной работы студент углубляет понимание проблем, активизирует самостоятельный поиск, систематизирует накопленный опыт аналитико-синтетической работы, закладывает основы качественной подготовки докладов, сообщений, рефератов, как по собственным интересам, так и по заданию преподавателя.

Обязательной формой индивидуальной работы является подготовка студентом 2 рефератов или 1 реферата и 1 презентации (по одному из двух разделов, предусмотренных рабочей программой дисциплины), согласно перечню тем индивидуальных работ, с последующим докладом на семинаре.

Руководить выполнением индивидуальной работы, проверять и оценивать ее будет руководитель семинарских занятий.

Реферат (от лат. *referre* – докладывать, сообщать) – краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Содержание реферата включает в себя:

1. Титульный лист оформляется в соответствии с требованиями к научным работам;
2. Содержание/оглавление дает представление о логике и структуре работы;
3. Введение должно содержать обоснование значимости проблемы или опасности игнорирования данной темы в обществе и семье. Введение включает в себя формулировку цели, задач работы, описание актуальности и практической значимости проблемы, теоретический обзор выбранной темы с указанием степени ее разработанности на современном этапе;
4. Основная часть должна содержать раскрытие темы работы и может делиться на разделы/главы, подразделы, согласно логике исследуемой темы и объему представленного материала;
5. Заключительная часть должна включать выводы, к которым пришел автор в результате исследования, а также самоанализ в виде описания трудностей, возникших при исследовании выбранной тематики;
6. Список использованной литературы оформляется в соответствии с требованиями к научным работам и должен составлять не менее 8-10 наименований;
7. Работа может содержать словарь/глоссарий и приложения

Помимо четко изложенного и структурированного материала, обязательно наличие выводов по каждому параграфу и общих по всей работе. Цитирование работ отдельных авторов необходимо приводить со ссылкой на источники их опубликования, что приводятся в конце работы в списке использованной литературы. Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста через 1,5 интервала, 14 шрифтом Times New Roman, параметры полей страницы: левое – 30 мм, верхнее, нижнее, правое – 20 мм, отступ абзаца – 1,25 см.

Доклад реферата в виде мультимедийной презентации представляется в виде основных тезисов на 5-7 минут по результатам исследованной в реферате темы с демонстрацией иллюстративного и/или наглядного материала.

Темы рефератов

1. Сущность коммуникации.
2. Сущность информации в коммуникации.
3. Коммуникация и ее виды.
4. Умение общаться.
5. Модели коммуникационного процесса.
6. Сущность, определение массовой коммуникации.
7. Сущность массовой информации.
8. Формы и средства повышения эффективности средств массовой коммуникации.
9. Средства массовой информации и информационные потребности аудитории.
10. Эффективность журналистской деятельности.
11. Основные виды общения.
12. Совершенствование навыков вербального общения.
13. Язык поз и жестов.
14. Общее представление о языке телодвижений.
15. Невербальные элементы в общении.
16. Жесты как вид общения.
17. Невербальные способы коммуникаций.
18. Сущность и функции коммуникационного менеджмента;
19. Управление коммуникационными процессами в организации;
20. Основные средства маркетинговой коммуникации для продвижения организации.
21. Коммуникационная политика организации в современных условиях;
22. Формирование коммуникационной стратегии организации в рыночных условиях.
23. Паблик рилейшнз с позиции иностранного опыта.
24. Паблик рилейшнз – это искусство и наука достижения гармонии с внешним миром.
25. Организация специальных событий.
26. Деятельность менеджера паблик рилейшнз по повышению эффективности коммуникации организации.

Показатели и критерии оценки реферата

Показатели оценки	Критерии оценки	Баллы (max)
1. Новизна реферата	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; наличие авторской позиции, самостоятельность суждений	20
2. Степень раскрытия сущности проблемы	Соответствие содержания теме реферата; полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал	30
3. Обоснованность выбора источника	круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме	20

	(журнальные публикации, материалы сборников научных трудов)	
4. Соблюдение требований к оформлению	правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата.	20
5. Грамотность	отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль	10

Шкалы оценок:

- 80 - 100 баллов – оценка «отлично»
- 60 - 79 баллов – оценка «хорошо»
- 30 - 59 баллов – оценка «удовлетворительно»
- 0 - 29 баллов – оценка «неудовлетворительно»

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к семинарским занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течении семинарского занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?

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

При изучении дисциплины необходимы лекционные аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием имеющемся в ГОУ ВПО «ДонАУиГС».

11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)

Рабочие программы учебных дисциплин ежегодно обсуждаются, актуализируются на заседаниях ПМК, рассматриваются на заседаниях кафедр и утверждаются проректором по учебной работе, информация об изменениях отражается в листе сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины. В случае существенных изменений программа полностью переоформляется. Обновленный электронный вариант программы размещается на сервере университета.

Изменения в РПУД могут вноситься в следующих случаях:

- изменение государственных образовательных стандартов или других нормативных документов, в том числе локальных нормативных актов;
- изменение требований работодателей к выпускникам;
- разработка новых методик преподавания и контроля знаний студентов.

Ответственность за актуализацию РПУД несут преподаватели, реализующие дисциплину.

**СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД**

«Теория коммуникационной политики в сфере услуг»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

профили «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом»

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)	
ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)	
УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)	
Реквизиты протокола заседания кафедры от _____ № _____ дата	