Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 10.11.2026 00:00:58
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4

к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.20 Коммуникационный менеджмент
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки)

Менеджмент непроизводственной сферы
(наименование образовательной программы)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Гурий Петр Степанович, канд. гос. упр., доцент, доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы

Заведующий кафедрой:

Тарасова Елена Владимировна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента непроизводственной сферы

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.20 Коммуникационный менеджмент одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной сферы Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 11 от «18» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Коммуникационный менеджмент обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС *(при наличии)***	**Код компетенции ****	**Наименование Компетенции ****	**Код индикатора достижения компетенций ****	**Наименование индикатора достижения компетенций ****	**Образовательный результат ****
07. АДМИНИСТРАТИВНО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ И ОФИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 07.002 Специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией, утв. Приказом Минтруда и социальной защиты РФ от 15.06.2020 №333н D/01.6 Формирование информационного взаимодействия руководителя с организациями	ПК-1	Способен обеспечивать информационное взаимодействие руководителя с организациями	ПК-1.4	Информирует руководителя о результатах рассмотрения запросов	ПК-1.4 З-1 **Знает** принципы и методы администрирования ПК-1.4 З-2 **Знает** внутреннюю и внешнюю политику организации ПК-1.4 У-1 **Умеет** передавать информацию в систематизированном виде
07. АДМИНИСТРАТИВНО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ И ОФИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 07.002 Специалист по организационному и	ПК-1	Способен обеспечивать информационное взаимодействие руководителя с организациями	ПК-1.8	Информирует деловых партнеров о решениях руководителя	ПК-1.8 З-1. **Знает** внутреннюю и внешнюю политику организации ПК-1.8 З З-1. **Знает** правила защиты конфиденциальной служебной информации ПК-1.8. У-6 **Умеет** обеспечивать

документационному обеспечению управления организацией, утв. Приказом Минтруда и социальной защиты РФ от 15.06.2020 №333н D/01.6 Формирование информационного взаимодействия руководителя с организациями					информационную безопасность организации

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

4,00 з.е., 144 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 75 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 32 ак.час на лекции и 32 ак.час на практические занятия. 51 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.01.20 Коммуникационный менеджмент реализуется в 7-м семестре 4-го курса после изучения дисциплин:

- Операционный менеджмент;
- Организация коммерческой деятельности.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. *Структура дисциплины*

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)					
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Раздел 1	ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА														
Тема 1.1	Коммуникационный менеджмент: понятие, цели и функции.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос Доклад
Тема 1.2	Модели и типы коммуникационных процессов.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос Тестирование

Тема 1.3	Коммуникационные барьеры и способы их преодоления.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	6	Опрос Контрольное задание
Тема 1.4	Коммуникационная стратегия: структура и этапы разработки.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7	Опрос Тестирование
Раздел 2	ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА													
Тема 2.1	Каналы и средства коммуникации в современной организации.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	6	Опрос Тестирование
Тема 2.2	Подготовка коммуникационных материалов: контент и сообщения.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	6	Опрос Доклады
Тема 2.3	Управление коммуникационными проектами и кампаниями.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7	Опрос Контрольное задание
Тема 2.4.	Оценка эффективности коммуникационного менеджмента.	18	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7	Опрос Тестирование
		29	0	0	0	0	0	0	2	9	0	18	0	экзамен
Итого		144	32	0	0	32	0	0	2	9	0	18	51	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ). ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента

Тема 1.1. Коммуникационный менеджмент: понятие, цели и функции. ПК-1.4; ПК-1.8

Определение коммуникационного менеджмента как вида управленческой деятельности. Отличие от смежных понятий (связи с общественностью, маркетинговые коммуникации, информационная работа). Цели: формирование благоприятного образа, управление репутацией, выстраивание диалога с заинтересованными сторонами. Функции: аналитическая, планирующая, организационная, контрольно-оценочная. Примеры из непроизводственной сферы (образование, здравоохранение, культура).

Тема 1.2. Жизненный цикл инвестиционного проекта. ПК-1.4; ПК-1.8

Классические модели коммуникации (Лассуэлла, Шеннона — Уивера, Шрамма). Отправитель, сообщение, канал, получатель, обратная связь, шумы. Типы коммуникаций: внутренние и внешние, формальные и неформальные, вертикальные и горизонтальные. Специфика массовой, групповой и межличностной коммуникации в управленческой практике. Практическое задание: построить схему коммуникационного процесса для конкретной организации.

Тема 1.3. Нормативно-правовое регулирование инвестиционной деятельности. ПК-1.4; ПК-1.8

Понятие коммуникационного барьера. Виды барьеров: смысловые (разное понимание слов), психологические (недоверие, страх, защитные реакции), социальные (статус, роли), культурные (нормы, ценности, традиции), организационные (иерархия, дистанция), языковые и технические. Признаки возникновения барьеров в деловом общении. Практические техники преодоления: активное слушание, перефразирование, уточняющие вопросы, адаптация сообщения под собеседника, управление эмоциями, обратная связь. Практическое задание: разбор ситуаций с коммуникационными сбоями и поиск способов их устранения.

Тема 1.4. Источники и способы финансирования инвестиционных проектов. ПК-1.4; ПК-1.8

Понятие коммуникационной стратегии. Её место в общей стратегии организации или проекта. Структура: цели и задачи, целевые аудитории, ключевые сообщения, каналы, ресурсы, сроки, показатели эффективности. Этапы разработки: анализ ситуации, постановка целей, выбор инструментов, реализация, оценка результатов. Типичные ошибки при разработке стратегии. Практическое задание: разработать фрагмент коммуникационной

стратегии для запуска новой услуги.

Раздел 2. Инструменты и технологии коммуникационного менеджмента

Тема 2.1. Каналы и средства коммуникации в современной организации. ПК-1.4; ПК-1.8

Классификация каналов: традиционные (печать, радио, телевидение) и цифровые (социальные сети, мессенджеры, электронная почта, сайт). Внутренние каналы: собрания, рассылки, корпоративный портал, чаты. Внешние каналы: СМИ, социальные сети, мероприятия. Критерии выбора каналов под разные цели и аудитории. Примеры успешного и неудачного использования каналов в непроизводственной сфере.

Тема 2.2. Подготовка коммуникационных материалов: контент и сообщения. ПК-1.4; ПК-1.8

Структура эффективного сообщения: заголовок, основной текст, призыв к действию. Адаптация тона и стиля под целевую аудиторию. Форматы материалов: пресс-релиз, пост в социальных сетях, новостная заметка, открытое письмо, памятка для сотрудников. Правила работы с фактами, цитатами и цифрами. Практическое задание: подготовить два коммуникационных материала для разных аудиторий на одну тему.

Тема 2.3. Управление коммуникационными проектами и кампаниями. ПК-1.4; ПК-1.8

Понятие коммуникационной кампании: цели, этапы, бюджет, ресурсы. Календарное планирование: лента публикаций, график мероприятий, контрольные точки. Координация внутренних и внешних участников. Типичные риски коммуникационных проектов и способы их снижения. Практическое задание: разработать план коммуникационной кампании (запуск услуги, информационная акция, антикризисное сообщение).

Тема 2.4. Оценка эффективности коммуникационного менеджмента. ПК-1.4; ПК-1.8

Ключевые показатели эффективности: количественные (охват, количество публикаций, переходы) и качественные (тональность, вовлечённость, узнаваемость). Инструменты мониторинга и анализа (опросы, аналитика соцсетей, медиаизмерения). Как подготовить отчёт о результатах коммуникационной деятельности для руководства. Связь коммуникационных показателей с бизнес-результатами. Практическое задание: проанализировать вымышленную коммуникационную кампанию и предложить улучшения.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. *Оценочные материалы по дисциплине* Б1.В.01.20 Коммуникационный менеджмент Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. *ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов.* ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. *Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.*

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. *Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания*

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		B	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.20 Коммуникационный менеджмент используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным задания по разделам): доклад, опрос, тестирование, эссе, контрольное задание.

Система оценивания знаний по видам учебной деятельности

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
4	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
3	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
2-1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал

	непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	1	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	1	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	5	

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
6	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
5-4	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
3-2	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-1	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

Критерии оценивания эссе

Критерии оценки	Баллы	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	2	Глубокое раскрытие темы, четкая постановка проблемы, аргументированность, использование не менее 3 источников
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика и структура	1	Единый стиль, наличие введения, основной части и

		заключения, точные формулировки
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность, логические связи между частями, выводы соответствуют аргументам
Оригинальность и самостоятельность	0,5	Собственная позиция автора, оригинальность суждений
Аргументированность	0,5	Наличие аргументов и примеров из практики комплаенса
Объём и полнота	0,5	Соответствие рекомендуемому объёму (3-5 страниц)
Итого максимально:	6	

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контроля знаний по разделу):

Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента

Тема 1.1. Коммуникационный менеджмент: понятие, цели и функции

Вопросы для опроса:

1. Что такое коммуникационный менеджмент как вид управленческой деятельности?
2. Назовите основные отличия коммуникационного менеджмента от связей с общественностью (PR).
3. В чем разница между коммуникационным менеджментом и маркетинговыми коммуникациями?
4. Перечислите главные цели коммуникационного менеджмента в непроизводственной сфере.
5. Какие функции выполняет коммуникационный менеджмент? Дайте их краткую характеристику.
6. Что означает «формирование благоприятного образа организации»? Приведите пример из сферы образования.
7. Как выстраивается диалог с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) в учреждении культуры?
8. Какие задачи решает аналитическая функция коммуникационного менеджмента?
9. Кого информирует специалист по коммуникационному?
10. Почему в здравоохранении управление репутацией особенно важно?

Доклад

Подготовка докладов по теме: *«Коммуникационный менеджмент: понятие, цели и функции в непроизводственной сфере»*.

Шесть групповых докладов (по 3–4 человека) на раскрытие теоретических и практических аспектов, демонстрацию понимания сущности коммуникационного менеджмента, его целей, функций и отличий от смежных дисциплин.

Тематика докладов:

1. **Коммуникационный менеджмент и маркетинговые коммуникации: сравнительный анализ** (на примере образовательной организации).
2. **Цели коммуникационного менеджмента в учреждениях здравоохранения: доверие, информированность, репутация**.
3. **Функции коммуникационного менеджмента: аналитическая, планирующая,**

организационная, контрольно-оценочная (кейс из сферы культуры — музей, театр).

4. **Информирование руководителя о результатах рассмотрения запросов: внутренние коммуникационные процессы**.
5. **Информирование деловых партнеров о решениях руководителя: этика, каналы, форматы сообщений**.
6. **Диалог с заинтересованными сторонами как ключевая цель коммуникационного менеджмента** (пациенты, студенты, родители, посетители, спонсоры).

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники (учебники, статьи, кейсы из непроизводственной сферы). В процессе работы с источниками систематизируются полученные сведения, делаются выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать в себя следующие этапы:

1. Изучение наиболее важных научных и практических работ по теме (в т.ч. примеры из образования, здравоохранения, культуры).
2. Анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, подходов, моделей коммуникационного менеджмента.
3. Обобщение и логическое построение материала доклада в форме развернутого плана.
4. Написание текста доклада с соблюдением требований научного или профессионального стиля.

Структура доклада:

- **Вступление** — указывается тема, обосновывается актуальность для непроизводственной сферы, дается краткий обзор источников.
- **Основная часть** — раскрывается тема в логической последовательности, приводятся примеры, анализируются функции и цели применительно к конкретной организации (школа, больница, музей и т.п.).
- **Заключение** — формулируются выводы, подчеркивается значение коммуникационного менеджмента для информирования руководителя и партнеров, обозначаются практические рекомендации.

Форма отчетности: публичная защита доклада (7–10 минут), презентация (5–7 слайдов), ответы на вопросы группы.

Тема 1.2. Модели и типы коммуникаций в управленческой деятельности

Вопросы для опроса (устно / письменно):

1. Назовите основные элементы модели коммуникации по Г. Лассуэллу.
2. Какое отличие модели Шеннона — Уивера от модели Лассуэлла?
3. Что такое «шум» в коммуникационном процессе? Приведите пример из управленческой практики.
4. Какую роль выполняет обратная связь в модели В. Шрамма?
5. Чем отличаются внутренние коммуникации от внешних в организации?
6. Приведите примеры формальных и неформальных коммуникаций в учреждении

(образование, здравоохранение, культура).

7. Какие коммуникации называются вертикальными? Назовите два направления.
8. В чем разница между горизонтальными и диагональными коммуникациями?
9. Назовите особенности массовой коммуникации в управленческой деятельности.
10. Почему для информирования деловых партнеров важно учитывать тип коммуникации (формальная/неформальная)?

Тестовые задания

Тест 1 (выбор одного правильного ответа)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Кто является «отправителем» в модели коммуникации Лассуэлла?

а) Получатель
б) Коммуникатор
в) Канал
г) Шум

2. Какой элемент отсутствовал в исходной модели Шеннона — Уивера, но появился в модели Шрамма?

а) Отправитель
б) Сообщение
в) Обратная связь
г) Канал

3. Какие коммуникации относятся к внешним?

а) Обмен информацией между сотрудниками одного отдела
б) Информирование деловых партнеров о решениях руководителя
в) Распоряжение начальника отдела подчиненным
г) Обсуждение новостей в курилке

4. Что является примером вертикальных коммуникаций «снизу вверх»?

а) Приказ руководителя
б) Информирование руководителя о результатах рассмотрения запросов
в) Совещание руководителей смежных отделов
г) Неформальная беседа коллег

5. В каком типе коммуникации наиболее высока вероятность появления семантического шума?

а) Межличностная
б) Массовая
в) Групповая
г) Формальная

Тест 2 (выбор нескольких правильных ответов)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

1. Какие элементы входят в базовую структуру любой коммуникационной модели?

а) Отправитель

б) Бюджет

в) Сообщение

г) Канал

д) Получатель

2. Какие виды шумов (барьеров) могут возникнуть при информировании деловых партнеров?

а) Технический шум (плохая связь)

б) Семантический шум (непонятные термины)

в) Психологический шум (недоверие к отправителю)

г) Финансовый шум

д) Организационный шум (нерабочее время)

3. Какие утверждения о неформальных коммуникациях верны?

а) Всегда являются слухами

б) Не регулируются официальными правилами

в) Могут дополнять формальные коммуникации

г) Документируются в приказах

д) Имеют высокую скорость распространения

4. Какие коммуникации являются горизонтальными?

а) Начальник — подчиненный

б) Руководитель отдела А — руководитель отдела Б

в) Сотрудник — сотрудник одного уровня из разных отделов

г) Подчиненный — руководитель организации

д) Два специалиста одного отдела

5. Какие особенности характерны для массовой коммуникации в управленческой практике?

а) Высокая степень персонализации сообщения

б) Однонаправленность (ограниченная обратная связь)

в) Охват большой аудитории

г) Использование СМИ и цифровых каналов

д) Обязательное наличие мгновенной реакции получателя

Тема 1.3. Коммуникационные барьеры и техники их преодоления в управленческой деятельности

Вопросы для опроса (устно / письменно):

1. Что такое коммуникационный барьер в управленческой деятельности?
2. Назовите основные виды коммуникационных барьеров.
3. В чем суть смыслового (семантического) барьера? Приведите пример.
4. Какие психологические барьеры наиболее часто встречаются при информировании руководителя?
5. Как социальный статус и роли могут создавать коммуникационные барьеры?
6. Приведите пример культурного барьера в общении с деловыми партнерами.
7. Что такое организационный барьер? Как связана с ним иерархия?

8. Назовите три признака возникновения коммуникационного барьера в диалоге.
9. В чем заключается техника «активное слушание»?
10. Чем отличается перефразирование от уточняющего вопроса?
11. Как управление эмоциями помогает преодолеть психологический барьер?
12. Почему обратная связь является ключевым инструментом устранения барьеров?

Контрольные задания (практические)

Задание 1. Анализ коммуникационного сбоя

Ситуация:

Сотрудник отдела коммуникаций учреждения культуры (музея) подготовил для руководителя отчет о рассмотрении запросов посетителей. В отчете использованы профессиональные термины: «конверсия посетителя», «удовлетворенность аудитории (NPS)», «воронка вовлечения». Руководитель не имеет профильного маркетингового образования. После прочтения отчета руководитель сказал: «Я ничего не понял. Переделайте».

Задания:

1. **Определите вид(ы) коммуникационного барьера** в данной ситуации. Обоснуйте ответ.
2. **Назовите признаки** возникновения барьера, которые проявились (или могли проявиться).
3. **Предложите две техники преодоления** барьера, которые сотрудник должен был применить до передачи отчета.
4. **Как сотруднику следовало адаптировать сообщение** под руководителя? Напишите 2–3 примера переформулирования фраз.

Задание 2. Разработка стратегии информирования с учетом барьеров

Ситуация:

Руководитель медицинского центра принял решение об изменении графика работы. Необходимо проинформировать деловых партнеров (страховые компании, поставщиков медикаментов, клиники, направляющие пациентов). Партнеры находятся в разных регионах, среди них есть как крупные компании с формальным документооборотом, так и небольшие организации с неформальным стилем общения. В прошлый раз при аналогичном информировании возникли барьеры: часть партнеров не поняла сроки вступления изменений в силу, у других возникло недоверие из-за нечеткой аргументации.

Задания:

1. **Перечислите возможные коммуникационные барьеры** при информировании партнеров (минимум 3 вида с пояснением).
2. **Для каждого барьера предложите технику преодоления**.
3. **Составьте план сообщения (структуру) для деловых партнеров**, который минимизирует барьеры. Укажите:
    - Какую информацию включить в первую очередь?
    - Какие формулировки использовать (адаптация под разного партнера)?
    - Какую обратную связь предусмотреть?
4. **Предложите канал(ы) информирования** для разных типов партнеров (письмо, звонок, мессенджер, встреча) и обоснуйте выбор.

Тема 1.4. Коммуникационная стратегия: понятие, структура и этапы разработки

Вопросы для опроса (устно / письменно):

1. Что такое коммуникационная стратегия организации?
2. Какое место занимает коммуникационная стратегия в общей стратегии организации (проекта)?
3. Назовите основные структурные элементы коммуникационной стратегии.

4. Что такое «ключевые сообщения» в коммуникационной стратегии? Приведите пример.
5. Какие виды целевых аудиторий выделяют при разработке коммуникационной стратегии?
6. Перечислите этапы разработки коммуникационной стратегии.
7. Что входит в анализ ситуации при разработке стратегии?
8. Какие каналы коммуникации могут быть использованы в стратегии (на примере непроизводственной сферы)?
9. Назовите основные показатели эффективности коммуникационной стратегии.
10. Какие типичные ошибки допускают при разработке коммуникационной стратегии?
11. Как информирование руководителя о результатах рассмотрения запросов связано с реализацией коммуникационной стратегии?
12. Как информирование деловых партнеров о решениях руководителя встраивается в коммуникационную стратегию?

Доклад

Подготовка докладов по теме: *«Коммуникационная стратегия: структура, этапы разработки и практическое применение в непроизводственной сфере»*.

Шесть групповых докладов (по 3–4 человека) на раскрытие теоретических и практических аспектов, демонстрацию знаний сущности коммуникационной стратегии, её структуры, этапов разработки и типичных ошибок.

Тематика докладов:

1. **Понятие и сущность коммуникационной стратегии: место в системе стратегического управления организацией** (на примере образовательного учреждения).
2. **Структура коммуникационной стратегии: цели, задачи, целевые аудитории, ключевые сообщения, каналы** (анализ одного из элементов на примере учреждения здравоохранения).
3. **Этапы разработки коммуникационной стратегии: от анализа ситуации до оценки результатов** (кейс из сферы культуры — музей, библиотека, театр).
4. **Роль информирования руководителя в процессе разработки и реализации коммуникационной стратегии** (внутренние коммуникации, обратная связь, отчётность).
5. **Роль информирования деловых партнеров в коммуникационной стратегии** (B2B-коммуникации, партнёрские программы, спонсоры).
6. **Типичные ошибки при разработке коммуникационной стратегии и способы их предотвращения** (анализ реальных примеров из непроизводственной сферы).

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники (учебная литература, научные статьи, кейсы из непроизводственной сферы, примеры реальных коммуникационных стратегий учреждений образования, здравоохранения, культуры). В процессе работы с источниками систематизируются полученные сведения, делаются выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать в себя следующие этапы:

1. **Изучение** наиболее важных научных и практических работ по теме, включая примеры коммуникационных стратегий из непроизводственной сферы (школы, больницы, музеи, библиотеки, театры).

2. **Анализ** изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, моделей, подходов к разработке стратегии, типичных ошибок.
3. **Обобщение** и логическое построение материала доклада в форме развернутого плана.
4. **Написание текста** доклада с соблюдением требований научного или профессионального стиля.

Построение доклада включает три части:

- **Вступление** — указывается тема доклада, обосновывается актуальность коммуникационной стратегии для современной организации непроизводственной сферы, дается краткий обзор источников, устанавливается логическая связь с общим курсом коммуникационного менеджмента.
- **Основная часть** — должна иметь четкое логическое построение, раскрывать тему в соответствии с выбранным аспектом (понятие и структура, этапы разработки, типичные ошибки). Обязательно приводятся примеры из практики (образование, здравоохранение, культура).
- **Заключение** — подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение коммуникационной стратегии для эффективного информирования руководителя и деловых партнеров, обозначаются практические рекомендации.

Раздел 2. Инструменты и технологии коммуникационного менеджмента

Тема 2.1. Каналы и средства коммуникации в современной организации

Вопросы для опроса (устно / письменно):

1. Назовите основные виды традиционных каналов коммуникации.
2. Какие цифровые каналы наиболее эффективны для информирования деловых партнеров?
3. Чем отличаются внутренние каналы коммуникации от внешних?
4. Приведите примеры внутренних каналов в образовательной организации.
5. Какие внешние каналы подходят для информирования населения о работе поликлиники?
6. Назовите критерии выбора канала коммуникации для конкретной целевой аудитории.
7. В каких случаях использование мессенджеров предпочтительнее электронной почты?
8. Какие каналы наиболее эффективны для информирования руководителя о результатах рассмотрения запросов?
9. Приведите пример неудачного использования канала в учреждении культуры (музей, театр).
10. Почему при выборе канала важно учитывать «шумы» и барьеры?

Тестовые задания

Тест 1 (выбор одного правильного ответа)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один верный ответ.
Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какой канал относится к традиционным (нецифровым) средствам коммуникации?

а) Электронная почта
б) Корпоративный портал
в) Печатная газета
г) Мессенджер

2. Какой канал наиболее эффективен для срочного информирования делового партнера о решении руководителя?

а) Телефонный звонок или мессенджер
б) Официальное письмо на бумажном бланке
в) Публикация в СМИ
г) Пост в социальных сетях

3. Что из перечисленного относится к внутренним каналам коммуникации?

а) Пресс-релиз для СМИ
б) Корпоративный чат в Telegram
в) Рекламный баннер в городе
г) Публичное мероприятие для посетителей

4. При информировании руководителя о результатах рассмотрения запросов наиболее предпочтительным каналом для документированной обратной связи является:

а) Устное сообщение в коридоре
б) Запись в мессенджере
в) Письменный отчёт (электронный или бумажный)
г) Пост в общей группе сотрудников

5. Какой канал наименее подходит для массового информирования пожилых пациентов о графике работы поликлиники?

а) Объявление на стенде в холле
б) Телефонная горячая линия
в) Группа в Instagram
г) Информирование через участковых врачей

Тест 2 (выбор нескольких правильных ответов)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать несколько правильных ответов.
Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

1. Какие каналы относятся к цифровым?

а) Радио
б) Социальные сети
в) Мессенджеры (WhatsApp, Telegram)
г) Корпоративный сайт
д) Телевидение

2. Какие критерии следует учитывать при выборе канала для информирования деловых партнеров?

а) Скорость доставки сообщения
б) Возможность получения подтверждения о прочтении
в) Цвет логотипа организации
г) Официальный статус канала (документирование)
д) Рост заработной платы сотрудников

3. Какие каналы наиболее эффективны для внутренних вертикальных коммуникаций «снизу вверх»?

а) Личный приём у руководителя (по записи)
б) Система электронного документооборота с отчётами
в) Общий чат всех сотрудников
г) Корпоративная почта с уведомлением о прочтении
д) Слухи в курилке

4. Какие примеры НЕУДАЧНОГО использования каналов можно встретить в непроизводственной сфере?

а) Школа информирует родителей через закрытый чат в Telegram
б) Больница публикует срочную новость об отмене приёма только на сайте без уведомлений

в) Музей рассылает анонс выставки в печатной газете за месяц
г) Поликлиника отправляет результаты анализов через незащищённый мессенджер
д) Университет дублирует важное распоряжение ректора по почте, на портале и в чате

5. Какие каналы подходят для внешней коммуникации учреждения культуры со спонсорами и партнёрами?

а) Персональные письма на корпоративную почту
б) Открытый пост в социальных сетях
в) Личные встречи и презентации
г) СМС-рассылка
д) Размещение информации на сайте организации в разделе «Партнёрам»

Тест 3 (установление последовательности)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Построить верную последовательность из предложенных элементов.
Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Задание: Расположите в правильной логической последовательности этапы выбора канала коммуникации для информирования деловых партнеров о решении руководителя.

а) Оценка доступности и скорости канала для конкретного партнера
б) Анализ целевой аудитории (кто партнер, какие у него предпочтения)
в) Отправка сообщения через выбранный канал
г) Определение содержания и срочности сообщения
д) Выбор оптимального канала (или комбинации каналов)
е) Получение обратной связи (подтверждение получения)

Ответ: _____ (например: б → г → а → д → в → е)

Тест 4 (установление соответствия)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
Внимательно прочитать оба списка: список 1 – каналы коммуникации; список 2 – примеры использования.
Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

Список 1 (Канал коммуникации)

1. Корпоративная электронная почта
2. Мессенджер (Telegram / WhatsApp)
3. Печатное издание (газета / стенд)
4. Социальные сети (VK / Telegram-канал)
5. Личная встреча / собрание
6. Корпоративный портал (интранет)
7. СМС-рассылка

Список 2

А. Срочное информирование делового партнера о переносе встречи
Б. Еженедельный отчёт начальнику отдела о рассмотренных запросах граждан
В. Размещение приказа руководителя для всех сотрудников с возможностью отметить ознакомление
Г. Объявление для посетителей музея о режиме работы в праздники
Д. Массовое информирование родителей учеников об отмене занятий
Е. Обсуждение сложного запроса пациента с руководителем медицинского центра (конфиденциально)
Ж. Напоминание деловым партнёрам о сроках подачи заявок на совместный проект

Таблица для ответа:

1	2	3	4	5	6	7

Тема 2.2. Подготовка коммуникационных материалов: контент и сообщения

Вопросы для опроса (устно / письменно):

1. Назовите основные структурные элементы эффективного коммуникационного сообщения.
2. Какие требования предъявляются к заголовку в деловой коммуникации?
3. Что такое «призыв к действию» (CTA) и для чего он нужен?
4. Как влияет выбор тона и стиля сообщения на его восприятие разными аудиториями?
5. Перечислите основные форматы коммуникационных материалов в современной организации.
6. Чем отличается пресс-релиз от новостной заметки?
7. Каковы особенности поста в социальных сетях для государственного учреждения (школа, поликлиника, музей)?
8. Для каких целей используется открытое письмо?
9. Какие правила работы с фактами, цитатами и цифрами следует соблюдать при подготовке материалов?
10. Как формат «памятка для сотрудников» связан с информированием руководителя о результатах рассмотрения запросов?
11. Какой формат материала наиболее подходит для информирования деловых партнеров о решении руководителя?
12. Почему важно адаптировать одно и то же сообщение для разных целевых аудиторий?

Эссе

Напишите эссе на одну из предложенных тем.

Эссе должно содержать введение, основную часть с аргументацией и примерами из непроизводственной сферы (образование, здравоохранение, культура), заключение. Обосновывайте свою позицию, ссылайтесь на теоретические положения курса и практические примеры организаций. Объём эссе — 1,5–2 страницы (до 2500 знаков).

Тематика эссе:

1. **Структура эффективного сообщения: как заголовок, основной текст и призыв к действию влияют на результат коммуникации.**
2. **Адаптация тона и стиля сообщения под разные целевые аудитории: от руководителя до делового партнера.**
3. **Пресс-релиз vs пост в социальных сетях: сравнительный анализ форматов для учреждения культуры (музей, театр, библиотека).**
4. **Особенности подготовки новостной заметки в сфере здравоохранения: этика, факты, доступность информации для пациента.**
5. **Открытое письмо как инструмент коммуникационного менеджмента в образовательной организации: цели, структура, примеры.**
6. **Памятка для сотрудников: роль внутреннего документа в информировании руководителя о результатах рассмотрения запросов.**
7. **Правила работы с фактами, цитатами и цифрами: почему доверие к сообщению зависит от точности информации.**
8. **Трансформация одного решения руководителя в разные коммуникационные форматы для деловых партнеров: пост, письмо, памятка, пресс-релиз.**
9. **Как избежать типичных ошибок при подготовке коммуникационных материалов в непроизводственной сфере.**
10. **Роль визуального сопровождения (фото, инфографика) в повышении эффективности коммуникационного сообщения.**

Тема 2.3. Управление коммуникационными проектами и кампаниями

Вопросы для опроса (устно / письменно):

1. Что такое коммуникационная кампания в отличие от разового коммуникационного действия?
2. Назовите основные этапы планирования коммуникационной кампании.
3. Какие элементы входят в структуру бюджета коммуникационной кампании?
4. Что такое «лента публикаций» (контент-план) и для чего она нужна?
5. Какие контрольные точки должны быть предусмотрены в календарном плане кампании?
6. Кто может быть внутренними участниками коммуникационной кампании? Назовите их роли.
7. Назовите типичные риски при реализации коммуникационного проекта в непроизводственной сфере.
8. Какие способы снижения рисков вы можете предложить?
9. Как информирование руководителя о результатах рассмотрения запросов встраивается в управление коммуникационной кампанией?
10. Как информирование деловых партнеров о решениях руководителя влияет на координацию внешних участников кампании?
11. Какие ресурсы (кроме финансовых) необходимы для запуска коммуникационной кампании в учреждении культуры?
12. Почему важно фиксировать контрольные точки в календарном плане?

Доклад

Подготовка докладов по теме: *«Управление коммуникационными проектами и кампаниями: планирование, риски, координация»*.

Шесть групповых докладов (по 3–4 человека) на раскрытие теоретических и практических аспектов, демонстрацию знаний этапов планирования коммуникационных кампаний, управления рисками и координации участников.

Тематика докладов:

1. **Понятие и структура коммуникационной кампании: цели, этапы, бюджет, ресурсы** (на примере образовательного учреждения).
2. **Календарное планирование коммуникационной кампании: лента публикаций, график мероприятий, контрольные точки** (кейс из сферы здравоохранения).
3. **Координация внутренних участников коммуникационной кампании: роли, зоны ответственности, каналы взаимодействия**.
4. **Координация внешних участников коммуникационной кампании: партнёры, подрядчики, СМИ, волонтёры**.
5. **Типичные риски коммуникационных проектов в непроизводственной сфере и способы их снижения** (анализ примеров из культуры, образования, здравоохранения).
6. **От планирования к оценке: как контролировать ход коммуникационной кампании и корректировать план по контрольным точкам**.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники (учебная литература, статьи, кейсы коммуникационных кампаний из непроизводственной сферы). В процессе работы с источниками систематизируются полученные сведения, делаются выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет

включать в себя следующие этапы:

1. **Изучение** наиболее важных научных и практических работ по теме, включая примеры реальных коммуникационных кампаний (школ, больниц, музеев, театров, библиотек).
2. **Анализ** изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, моделей планирования, типовых рисков и способов их минимизации.
3. **Обобщение** и логическое построение материала доклада в форме развернутого плана.
4. **Написание текста** доклада с соблюдением требований научного или профессионального стиля.

Построение доклада включает три части:

- **Вступление** — указывается тема доклада, обосновывается актуальность управления коммуникационными проектами для современных организаций непроизводственной сферы, дается краткий обзор источников, устанавливается логическая связь с общим курсом коммуникационного менеджмента.
- **Основная часть** — должна иметь четкое логическое построение, раскрывать тему в соответствии с выбранным аспектом (понятие и структура кампании, календарное планирование, координация участников, риски). Обязательно приводятся примеры из практики (образование, здравоохранение, культура).
- **Заключение** — подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение эффективного управления коммуникационными проектами для своевременного информирования руководителя и деловых партнеров, обозначаются практические рекомендации.

Тема 2.4. Оценка эффективности коммуникационного менеджмента

Вопросы для опроса (устно / письменно):

1. Что такое эффективность коммуникационного менеджмента?
2. Назовите основные группы показателей эффективности коммуникаций.
3. Какие показатели относятся к количественным? Приведите 3 примера.
4. Какие показатели относятся к качественным? Приведите 3 примера.
5. Что такое «тональность» коммуникационного сообщения и как её измерить?
6. Какой показатель характеризует вовлечённость аудитории в социальных сетях?
7. Какие инструменты используются для мониторинга и анализа коммуникационной активности?
8. Какова структура отчёта о результатах коммуникационной деятельности для руководителя?
9. Как связаны коммуникационные показатели с бизнес-результатами организации (на примере учреждения культуры)?
10. Как часто следует проводить оценку эффективности коммуникационной кампании?
11. Как информирование деловых партнёров может быть оценено количественно и качественно?
12. Какие ошибки чаще всего допускают при оценке эффективности коммуникаций?

Тестовые задания

Тест 1 (выбор одного правильного ответа)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какой показатель относится к количественным показателям эффективности коммуникаций?

а) Тональность упоминаний

б) Уровень доверия к организации

в) Охват аудитории
г) Удовлетворённость аудитории

2. Какой показатель характеризует вовлечённость аудитории в социальных сетях?
а) Количество подписчиков
б) Количество лайков, комментариев, репостов
в) Количество публикаций
г) Частота постов

3. Какой инструмент используется для измерения тональности упоминаний в СМИ?
а) Google Analytics
б) Медиаизмерения (мониторинг СМИ)
в) CRM-система
г) Бухгалтерский баланс

4. Что должен содержать отчёт для руководителя о результатах коммуникационной деятельности в первую очередь?
а) Перечень всех публикаций с хештегами
б) Ключевые показатели эффективности в сравнении с планом
в) Личные впечатления сотрудника о кампании
г) Список деловых партнёров

5. Какая связь между коммуникационными показателями и бизнес-результатами наиболее очевидна?
а) Рост охвата всегда приводит к росту прибыли
б) Улучшение репутации может привести к увеличению числа клиентов/посетителей
в) Количество публикаций прямо пропорционально выручке
г) Тональность не влияет на бизнес-результаты

Тест 2 (выбор нескольких правильных ответов)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать несколько правильных ответов.
Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

1. Какие показатели относятся к качественным показателям эффективности коммуникаций?
а) Охват аудитории
б) Тональность упоминаний (позитивная/негативная)
в) Уровень узнаваемости бренда
г) Количество публикаций
д) Уровень доверия к организации

2. Какие инструменты используются для мониторинга и анализа коммуникационной эффективности?
а) Опросы целевых аудиторий
б) Аналитика социальных сетей (статистика VK, Telegram)
в) Системы медиаизмерения (СКАН, Медиалогия)
г) Калькулятор
д) Бухгалтерские счета

3. Какие разделы должны присутствовать в отчёте о результатах коммуникационной деятельности для руководителя?
а) Достигнутые KPI (план/факт)
б) Анализ наиболее эффективных каналов
в) Перечень всех сообщений сотрудника в мессенджерах
г) Рекомендации по улучшению коммуникаций

д) Личное мнение сотрудника о руководителе

4. Какие показатели помогают оценить информирование деловых партнёров (ПК-1.8)?

а) Доля партнёров, подтвердивших получение информации
б) Количество партнёров, обратившихся с уточняющими вопросами
в) Цвет фирменного бланка письма
г) Скорость реакции партнёров на сообщение
д) Количество отправленных писем

5. Какие ошибки часто допускают при оценке эффективности коммуникаций?

а) Путают количественные и качественные показатели
б) Измеряют только активность, а не результат
в) Используют слишком много показателей (всё подряд)
г) Регулярно проводят опросы аудитории
д) Сравнивают результаты с конкурентами

Тест 3 (установление последовательности)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Построить верную последовательность из предложенных элементов.
Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Задание 1. Расположите в правильной логической последовательности этапы оценки эффективности коммуникационной кампании.

а) Формирование отчёта для руководителя
б) Сбор и обработка данных мониторинга
в) Определение целевых показателей (KPI) на этапе планирования
г) Сравнение фактических показателей с плановыми
д) Разработка рекомендаций по улучшению будущих кампаний
е) Анализ полученных данных

Ответ: _____ (например: в → б → г → е → а → д)

Задание 2. Расположите в правильной логической последовательности этапы расчёта ROI коммуникационной кампании.

а) Расчёт суммы затрат на коммуникационную кампанию
б) Расчёт прироста ключевых бизнес-показателей (посещаемость, количество запросов и т.д.)
в) Определение временного горизонта оценки
г) Расчёт ROI (отношение эффекта к затратам)
д) Сравнение полученного ROI с целевым значением

Ответ: _____

Тест 4 (установление соответствия)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
Внимательно прочитать оба списка: список 1 – показатели; список 2 – характеристики.
Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

Список 1 (Показатель эффективности коммуникаций)

1. Охват (Reach)
2. Вовлечённость (Engagement Rate)
3. Тональность (Tonality)
4. Узнаваемость (Brand Awareness)
5. CTR (Click-Through Rate)
6. Конверсия (Conversion Rate)
7. Индекс лояльности (NPS)

8. Медиаиндекс (Media Index)
9. CPC (Cost Per Click)
10. ROMI (Return on Marketing Investment)

Список 2 (Характеристика / способ измерения)

А. Количество людей, увидевших сообщение
Б. Доля целевого действия (например, запись на услугу) от числа перешедших
В. Соотношение лайков, комментариев, репостов к охвату
Г. Позитивный, нейтральный или негативный характер упоминаний
Д. Стоимость одного клика по рекламному объявлению
Е. Доля респондентов, готовых рекомендовать организацию другим
Ж. Степень известности организации среди целевой аудитории (опрос)
З. Интегральный показатель присутствия организации в медиаполе
И. Рентабельность инвестиций в маркетинг/коммуникации
К. Доля переходов по ссылке от числа просмотров

Таблица для ответа:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает три КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля по дисциплине:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,05	5
КТ 2	100	0,05	5
КТ 3	100	0,05	5
Итого:	х	0,15	15

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ Х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Раздел 1.

Опрос

Вопросы для письменного опроса:

№ п/п	Содержание вопроса
1.	Что такое коммуникационный менеджмент и чем он отличается от связей с общественностью (PR)?
2.	Назовите основные цели коммуникационного менеджмента в непроизводственной сфере (образование, здравоохранение, культура).
3.	Какие функции выполняет коммуникационный менеджмент? Дайте краткую характеристику каждой.
4.	Назовите основные элементы классических моделей коммуникации (Лассуэлла, Шеннона — Уивера, Шрамма).
5.	Какие виды коммуникационных барьеров вы знаете? Приведите примеры из управленческой практики.
6.	Чем отличаются внутренние коммуникации от внешних? Назовите их основные каналы.
7.	Что такое коммуникационная стратегия? Назовите её структурные элементы.
8.	Какие этапы разработки коммуникационной стратегии существуют?
9.	Какие техники преодоления коммуникационных барьеров наиболее эффективны при информировании руководителя (ПК-1.4)?
10.	Как связаны коммуникационная стратегия организации и информирование деловых партнёров о решениях руководителя (ПК-1.8)?

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

КТ – 2.

Раздел 2.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Тест 1. Выбор нескольких правильных ответов

Инструкция:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Задание 1.1.

Какие каналы относятся к цифровым (электронным) средствам коммуникации?

а) Печатная газета

б) Социальные сети (VK, Telegram)

в) Радио

г) Корпоративный сайт

д) Мессенджеры (WhatsApp, Telegram)

Задание 1.2.

Какие каналы наиболее эффективны для внутренних вертикальных коммуникаций «снизу вверх»?

а) Личный приём у руководителя

б) Система электронного документооборота с отчётами

в) Корпоративная почта с уведомлением о прочтении

г) Общий чат всех сотрудников в мессенджере

д) Слухи и неформальные разговоры

Задание 1.3.

Какие критерии следует учитывать при выборе канала для информирования деловых партнёров о решении руководителя?

а) Скорость доставки сообщения

б) Цветовая гамма логотипа организации

в) Возможность получения подтверждения о прочтении

г) Официальный статус канала (документирование)

д) Личные предпочтения сотрудника

Задание 1.4.

Какие форматы коммуникационных материалов наиболее подходят для массового

информирования внешней аудитории (посетители, пациенты, родители)?

а) Пост в социальных сетях

б) Внутренний приказ для сотрудников

в) Памятка на информационном стенде

г) Аудиторское заключение

д) Новостная заметка на сайте

Задание 1.5.

Какие элементы должна содержать структура эффективного коммуникационного сообщения?

а) Заголовок (привлекающий внимание)

б) Полные паспортные данные отправителя

в) Основной текст (адаптированный под аудиторию)

г) Призыв к действию (CTA)

д) Список всех сотрудников организации

Задание 1.6.

Какие правила работы с фактами, цитатами и цифрами следует соблюдать при подготовке коммуникационных материалов?

а) Проверять достоверность цифр и фактов

б) Использовать непроверенные источники для сенсационности

в) Указывать источник данных

г) Приводить цитату руководителя дословно, без искажений

д) Округлять цифры в любую сторону без пояснений

Задание 1.7.

Какие разделы должен содержать календарный план (контент-план) коммуникационной кампании?

а) Даты публикаций и мероприятий

б) Каналы распространения

в) Личные заметки сотрудника

г) Ответственные исполнители

д) Контрольные точки проверки

Задание 1.8.

Какие типичные риски коммуникационных проектов в непроизводственной сфере вы знаете?

а) Бюрократические задержки согласований

б) Технические сбои каналов связи

в) Стопроцентное достижение всех KPI

г) Негативная реакция аудитории

д) Некорректная интерпретация сообщения получателями

Задание 1.9.

Какие показатели относятся к количественным показателям эффективности коммуникационного менеджмента?

а) Охват аудитории

б) Тональность упоминаний (позитивная/негативная)

в) Количество публикаций

г) Уровень доверия к организации

д) Количество переходов по ссылке (кликов)

Задание 1.10.

Какие инструменты используются для мониторинга и анализа эффективности коммуникаций?

а) Опросы целевых аудиторий

б) Аналитика социальных сетей (статистика VK, Telegram)

в) Системы медиаизмерения (СКАН, Медиалогия)

г) Бухгалтерский баланс

д) Google Analytics (аналитика сайта)

Тест 2. Установление последовательности

Инструкция:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Задание 2.1.

Расположите в правильной логической последовательности этапы выбора канала коммуникации для информирования деловых партнёров о решении руководителя.

а) Отправка сообщения через выбранный канал

б) Анализ целевой аудитории (кто партнёр, какие у него предпочтения)

в) Получение обратной связи (подтверждение получения)

г) Определение содержания и срочности сообщения

д) Выбор оптимального канала (или комбинации каналов)

Ответ: _____ (например: б → г → д → а → в)

Задание 2.2.

Расположите в правильной логической последовательности этапы разработки коммуникационной стратегии.

а) Реализация стратегии (запуск мероприятий)

б) Постановка целей и задач коммуникации

в) Оценка результатов (анализ KPI)

г) Анализ текущей коммуникационной ситуации

д) Выбор инструментов, каналов и ключевых сообщений

Ответ: _____

Задание 2.3.

Расположите в правильной логической последовательности этапы подготовки коммуникационного материала (например, поста для соцсетей).

а) Публикация материала

б) Определение целевой аудитории и целей сообщения

в) Согласование материала с руководителем (при необходимости)

г) Написание текста (заголовок, основной текст, призыв к действию)

д) Проверка фактов, цифр и цитат

Ответ: _____

Задание 2.4.

Расположите в правильной логической последовательности этапы планирования коммуникационной кампании.

а) Разработка календарного плана (контент-план)
б) Определение целей и KPI кампании
в) Запуск кампании
г) Выделение бюджета и ресурсов
д) Анализ целевых аудиторий

Ответ: _____

Задание 2.5.
Расположите в правильной логической последовательности этапы оценки эффективности коммуникационной кампании.

а) Сравнение фактических показателей с плановыми
б) Формирование отчёта для руководителя
в) Определение целевых показателей (KPI) на этапе планирования
г) Сбор и обработка данных мониторинга
д) Разработка рекомендаций по улучшению будущих кампаний

Ответ: _____

Задание 2.6.
Расположите в правильной логической последовательности этапы адаптации сообщения под целевую аудиторию.

а) Определение канала передачи сообщения
б) Анализ потребностей, барьеров и ожиданий аудитории
в) Выбор тона и стиля (официальный, дружелюбный, нейтральный)
г) Написание финальной версии текста
д) Формулировка ключевых сообщений

Ответ: _____

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами задач. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента

Тема 1.1. Коммуникационный менеджмент: понятие, цели и функции. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и сущность коммуникационного менеджмента. Каковы его основные цели и задачи в деятельности современной организации?
2.	Охарактеризуйте основные функции коммуникационного менеджмента. Как они соотносятся с компетенциями информирования руководителя и деловых партнёров?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

В организацию поступил официальный запрос от делового партнёра с просьбой разъяснить условия предстоящего сотрудничества по новому проекту. Специалист по коммуникациям подготовил ответ, но перед отправкой должен согласовать его с руководителем. Руководитель внёс изменения в текст ответа.

1. Каковы первоочередные действия специалиста после получения изменённого текста от руководителя? Укажите не менее двух.

2. В какой форме и по каким каналам специалист должен проинформировать делового партнёра о принятом решении?

3. Какие правила деловой коммуникации следует соблюдать при информировании партнёра, чтобы сохранить доверительные отношения?

Задание 2.

Разработайте фрагмент регламента информирования руководителя о результатах рассмотрения запросов. Заполните таблицу.

Раздел регламента	Содержание (2-3 пункта)
Виды запросов, подлежащих информированию руководителя	
Сроки и форма информирования руководителя	
Порядок действий при нестандартном или спорном запросе	
Ответственный за информирование	
Документальное оформление результатов информирования	

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какая функция коммуникационного менеджмента предполагает доведение решений руководителя до деловых партнёров? а) аналитическая; б) информационная; в) прогностическая; г) контрольная.		
2.	Что является объектом коммуникационного менеджмента? а) финансовая отчётность организации; б) информационные потоки и коммуникационные процессы; в) производственное оборудование; г) кадровая документация.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какая цель является приоритетной в коммуникационном менеджменте?
а) увеличение прибыли организации;
б) формирование и поддержание благоприятной коммуникационной среды;
в) автоматизация бухгалтерского учёта;
г) сокращение численности персонала.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие задачи решает коммуникационный менеджмент в организации?
а) сбор и анализ обратной связи от партнёров и клиентов;
б) разработка производственного плана;
в) информирование руководителя о результатах рассмотрения запросов;
г) настройка производственного оборудования;
д) информирование деловых партнёров о решениях руководителя.

Тема 1.2. Причины возникновения кризисов и их классификация. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и основные фазы жизненного цикла инвестиционного проекта. Охарактеризуйте содержание каждой фазы.
2.	Охарактеризуйте классификацию инвестиционных проектов по срокам реализации, масштабу и сложности. Каковы критерии перехода проекта от одной фазы к другой?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

По результатам анализа инвестиционного проекта получены следующие данные: предынвестиционная фаза длилась 4 месяца; инвестиционная фаза – 12 месяцев; эксплуатационная фаза запланирована на 5 лет. Фактически освоение капитальных вложений составило 60% от плана за первые 6 месяцев инвестиционной фазы. Начало получения прибыли сдвинулось на 3 месяца относительно плана.

1. Рассчитайте фактическую продолжительность инвестиционной фазы при сохранении текущего темпа освоения инвестиций.
2. Какие признаки отклонения от планового жизненного цикла проявились в проекте?
3. К какому типу последствий (обратимые / необратимые) относится данное отклонение и почему?

Задание 2.

Разработайте фрагмент плана контроля перехода между фазами жизненного цикла инвестиционного проекта. Заполните таблицу.

Фаза перехода	Критерий завершения фазы	Метод проверки	Ответственный
Предынвестиционная → Инвестиционная			
Инвестиционная → Эксплуатационная			

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какая фаза жизненного цикла инвестиционного проекта является наиболее важной для оценки принципиальной осуществимости проекта? а) инвестиционная фаза; б) эксплуатационная фаза; в) предынвестиционная фаза;		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
	г) ликвидационная фаза.		
2.	Какой показатель характеризует эффективность эксплуатационной фазы инвестиционного проекта? а) срок окупаемости инвестиций; б) объём строительно-монтажных работ; в) количество привлечённых подрядчиков; г) длительность предпроектных исследований.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какая фаза жизненного цикла инвестиционного проекта требует наибольшего объёма финансовых вложений?

а) предынвестиционная фаза;
б) инвестиционная фаза;
в) эксплуатационная фаза;
г) ликвидационная фаза.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие мероприятия относятся к предынвестиционной фазе жизненного цикла инвестиционного проекта?

а) разработка технико-экономического обоснования;
б) строительство объекта;
в) маркетинговое исследование рынка;
г) закупка оборудования;
д) оценка рисков проекта.

Тема 1.3. Нормативно-правовое регулирование инвестиционной деятельности. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и структуру нормативно-правового регулирования инвестиционной деятельности в Российской Федерации. Какие уровни законодательства образуют эту систему?
2.	Охарактеризуйте основные права и обязанности инвесторов, предусмотренные Федеральным законом «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». Каковы механизмы государственной защиты инвестиций?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Инвестор планирует реализовать инвестиционный проект в форме капитальных вложений на территории Российской Федерации. Для получения государственной поддержки необходимо подготовить пакет документов и обосновать соответствие проекта критериям, установленным законодательством. Известно, что объём инвестиций составляет 50 млн рублей, планируемое количество новых рабочих мест — 40, срок окупаемости проекта — 3 года.

1. Какие федеральные законы являются основными для регулирования данной инвестиционной деятельности? Укажите не менее двух.
2. К какому типу проектов (приоритетный / особо значимый) может быть отнесён данный проект и почему?
3. Какие меры государственной поддержки могут быть предоставлены инвестору? Назовите не менее трёх.

Задание 2.

Разработайте фрагмент регламента информирования руководителя о соответствии инвестиционного проекта нормативно-правовым требованиям. Заполните таблицу.

Информационный блок	Источник данных	Периодичность обновления	Ответственный
Нормативно-правовые требования к инвестиционному проекту			
Разрешительная документация			
Налоговые льготы и преференции			
Изменения в законодательстве			

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой нормативно-правовой акт устанавливает основные гарантии прав инвесторов в Российской Федерации? а) Гражданский кодекс РФ; б) Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
	Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»; в) Налоговый кодекс РФ; г) Федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности».		
2.	Какое требование относится к информированию деловых партнёров о решениях руководителя в рамках нормативно-правового регулирования инвестиционной деятельности? а) самостоятельно изменить решение руководителя для ускорения переговоров; б) направить партнёру решение руководителя с соблюдением установленного порядка и сроков; в) скрыть от партнёра информацию, которая может его расстроить; г) передать информацию только устно без документального подтверждения.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой нормативно-правовой акт регулирует порядок заключения и исполнения инвестиционных договоров с участием государства?

а) Федеральный закон «О защите прав потребителей»;

б) Федеральный закон «О концессионных соглашениях»;

в) Федеральный закон «О рекламе»;

г) Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле».

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие права инвестора закреплены в Федеральном законе № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»?

а) право на осуществление инвестиционной деятельности в любой форме, не запрещённой законом;

б) право самостоятельно определять объёмы и направления капитальных вложений;

в) право на безусловное получение государственной субсидии;

г) право на обжалование действий органов власти в судебном порядке;

д) право на освобождение от уплаты всех налогов.

Тема 1.4. Источники и способы финансирования инвестиционных проектов. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и классификацию источников финансирования инвестиционных проектов. В чем отличие собственных источников от заемных и привлеченных?
2.	Охарактеризуйте основные способы финансирования инвестиционных проектов (самофинансирование, кредитование, лизинг, проектное финансирование). Каковы преимущества и недостатки каждого способа?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Предприятие планирует реализацию инвестиционного проекта стоимостью 100 млн рублей. Собственные средства предприятия составляют 30 млн рублей. Руководство рассматривает возможность привлечения банковского кредита под 15% годовых на 3 года, а также выпуска облигационного займа под 12% годовых на 4 года. Срок окупаемости проекта — 2,5 года. Прогнозируемая чистая прибыль от реализации проекта — 45 млн рублей в год.

1. Рассчитайте сумму необходимых заемных средств для реализации проекта.
2. Какой способ финансирования (кредит или облигационный заём) является более выгодным для предприятия при прочих равных условиях? Кратко обоснуйте.
3. Какие риски возникают при использовании заемных источников финансирования? Укажите не менее двух.

Задание 2.

Разработайте фрагмент программы выбора источников финансирования инвестиционного проекта. Заполните таблицу.

Источник финансирования	Преимущества	Недостатки	Условия привлечения
Собственные средства (нераспределённая прибыль)			
Банковский кредит			
Лизинг			
Бюджетное финансирование			

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой источник финансирования относится к собственным средствам предприятия? а) банковский кредит; б) облигационный заём; в) нераспределённая прибыль; г) лизинг.		
2.	Какой способ финансирования предполагает передачу имущества в долгосрочную аренду с правом последующего выкупа? а) проектное финансирование; б) венчурное финансирование; в) лизинг; г) факторинг.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой источник финансирования является наиболее дешёвым для предприятия с точки зрения текущих затрат?

а) банковский кредит;

б) выпуск облигаций;

в) нераспределённая прибыль;

г) лизинг.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие способы финансирования относятся к заёмным источникам?

а) уставный капитал;

б) банковский кредит;

в) облигационный заём;

г) нераспределённая прибыль;

д) лизинг.

Раздел 2. Инструменты и технологии коммуникационного менеджмента

Тема 2.1. Каналы и средства коммуникации в современной организации. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и классификацию каналов коммуникации в современной организации. В чем отличие формальных каналов от неформальных, вертикальных от горизонтальных?
2.	Охарактеризуйте основные средства коммуникации (электронная почта, мессенджеры, корпоративный портал, совещания). Каковы преимущества и недостатки каждого средства?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

В организации численностью 200 человек возникла проблема: важная информация о переносе срока сдачи проекта не была своевременно доведена до всех исполнителей. Руководитель проекта отправил сообщение в общий чат мессенджера, но несколько сотрудников его не прочитали, так как находятся в командировках с ограниченным доступом к интернету, а двое используют рабочие устройства, на которых мессенджер не установлен. В результате сроки были сорваны.

1. Какие каналы коммуникации следовало использовать для гарантированного доведения информации до всех сотрудников? Укажите не менее двух.
2. Какие критерии выбора канала коммуникации были нарушены руководителем проекта?
3. Какой порядок информирования сотрудников об экстренных изменениях следует закрепить в регламенте? Опишите два-три шага.

Задание 2.

Разработайте фрагмент регламента выбора каналов коммуникации для информирования деловых партнёров о решениях руководителя. Заполните таблицу.

Тип информации	Рекомендуемый канал	Обоснование выбора	Срок информирования
Оперативное устное согласование			
Официальное решение руководителя (документ)			
Срочное информирование об отмене встречи			
Передача коммерческой тайны/конфиденциальных данных			

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой канал коммуникации является наиболее эффективным для срочного информирования делового партнёра об изменении условий встречи? а) электронная почта; б) письмо курьером; в) телефонный звонок; г) размещение информации на корпоративном портале.		
2.	Какое средство коммуникации относится к каналам вертикальной коммуникации в организации? а) общий чат всех сотрудников в мессенджере; б) еженедельное совещание руководителя с подчинёнными; в) неформальное общение сотрудников на корпоративе; г) обсуждение в профессиональном сообществе в социальной сети.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой канал коммуникации является наиболее надёжным для передачи конфиденциальной информации деловому партнёру?

а) общий чат в мессенджере;

б) электронная почта с использованием корпоративного защищённого сервера;

в) публикация в социальных сетях;

г) устная передача через третье лицо.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие средства коммуникации относятся к письменным формам деловой коммуникации?

а) телефонный звонок;

б) служебная записка;

в) видеоконференция;
г) официальное письмо;
д) протокол совещания.

Тема 2.2. Подготовка коммуникационных материалов: контент и сообщения. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и структуру эффективного коммуникационного сообщения. Каковы требования к формулировке заголовка, основной части и призыва к действию?
2.	Охарактеризуйте основные виды коммуникационных материалов (пресс-релиз, пост в социальных сетях, открытое письмо, памятка для сотрудников). В чем отличие подготовки материалов для внутренней и внешней аудитории?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Специалисту по коммуникациям необходимо подготовить информационное сообщение для сотрудников организации об изменении графика работы в праздничные дни. Руководитель поручил проинформировать всех сотрудников (150 человек) не позднее чем за 3 дня до начала праздников. В организации используются следующие каналы: корпоративная электронная почта, общий чат в мессенджере, информационный стенд в холле. Часть сотрудников работает удалённо.

1. Какой вид коммуникационного материала наиболее подходит для данной ситуации? Кратко обоснуйте.
2. Какие обязательные элементы должны быть включены в это сообщение? Укажите не менее четырёх.
3. Какие каналы распространения следует использовать, чтобы гарантированно проинформировать всех сотрудников (включая удалённых)?

Задание 2.

Разработайте фрагмент памятки для специалиста по коммуникациям по подготовке коммуникационных материалов для разных аудиторий. Заполните таблицу.

Параметр	Внутренняя аудитория (сотрудники)	Внешняя аудитория (деловые партнёры)
Тон и стиль сообщения		
Степень детализации		
Используемые каналы		
Обязательные элементы		

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой элемент коммуникационного сообщения выполняет функцию привлечения внимания и мотивации к дальнейшему чтению? а) основная часть; б) заголовок; в) подпись; г) приложение.		
2.	Какое требование предъявляется к основной части эффективного коммуникационного сообщения? а) максимальное количество сложных терминов; б) структурированность, логичность, ответы на ключевые вопросы (что, где, когда, почему); в) отсутствие фактов и цифр; г) эмоциональные оценки вместо аргументов.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой элемент структуры коммуникационного сообщения отвечает за формирование у получателя желаемого действия?

а) заголовок;

б) основная часть;

в) призыв к действию;

г) подпись.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие требования предъявляются к качественному заголовку коммуникационного сообщения?

а) заголовок должен быть длинным и подробным;

б) заголовок должен привлекать внимание;

в) заголовок должен отражать суть сообщения;

г) заголовок должен содержать нецензурную лексику;
д) заголовок должен побуждать к дальнейшему чтению.

Тема 2.3. Управление коммуникационными проектами и кампаниями. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и основные этапы управления коммуникационным проектом. В чем отличие коммуникационного проекта от коммуникационной кампании?
2.	Охарактеризуйте структуру плана коммуникационной кампании (цели, задачи, целевые аудитории, каналы, бюджет, сроки). Какие факторы влияют на выбор формата и масштаба кампании?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

Организация планирует запуск коммуникационной кампании, посвящённой выходу нового продукта на рынок. Бюджет кампании составляет 1 млн рублей. Целевая аудитория — деловые партнёры (60%) и конечные потребители (40%). Продолжительность кампании — 2 месяца. Руководитель поручил специалисту по коммуникациям разработать план кампании. В ходе предварительного анализа выяснилось, что бюджет на 20% меньше, чем требуется для охвата всех запланированных каналов.

1. Какие этапы управления коммуникационным проектом должен пройти специалист при разработке плана кампании? Укажите не менее четырёх этапов.
2. Какие действия следует предпринять для оптимизации бюджета кампании? Предложите не менее двух вариантов.
3. Какие показатели эффективности (KPI) следует заложить в план кампании для контроля результатов? Укажите не менее трёх.

Задание 2.

Разработайте фрагмент плана коммуникационной кампании по информированию деловых партнёров о решении руководителя изменить условия сотрудничества. Заполните таблицу.

Раздел плана	Содержание (2-3 пункта)
Цель кампании	
Целевая аудитория	
Ключевые сообщения	
Каналы коммуникации	
Сроки и этапы	
Ответственные лица	
Показатели эффективности	

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что является отличительной чертой коммуникационного проекта от операционной деятельности? а) повторяемость и цикличность; б) уникальность, ограниченность во времени и ресурсах; в) отсутствие бюджета; г) неопределённость цели.		
2.	Какой фактор является наиболее критичным при выборе каналов коммуникации в рамках коммуникационной кампании? а) личные предпочтения специалиста; б) популярность канала среди населения в целом; в) соответствие канала предпочтениям целевой аудитории; г) стоимость канала без учёта эффективности.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой этап управления коммуникационным проектом следует за этапом планирования?

а) анализ ситуации;

б) реализация кампании;

в) закрытие проекта;

г) определение бюджета.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие элементы обязательно должны быть включены в план коммуникационной кампании?

а) цели и задачи кампании;

б) личные предпочтения руководителя;

в) целевая аудитория;

г) бюджет и сроки;

д) прогноз погоды на период кампании.

Тема 2.4. Оценка эффективности коммуникационного менеджмента. ПК-1.4; ПК-1.8

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Раскройте понятие и основные подходы к оценке эффективности коммуникационного менеджмента. В чем отличие количественных показателей от качественных?
2.	Охарактеризуйте основные методы оценки эффективности коммуникационной деятельности (опросы, медиаизмерения, аналитика социальных сетей, ROI). Каковы преимущества и недостатки каждого метода?

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1.

По итогам коммуникационной кампании, направленной на информирование деловых партнёров о новом продукте, специалист собрал следующие данные: общее количество деловых партнёров — 100; количество партнёров, получивших информационное письмо — 100 (100%); количество партнёров, открывших письмо — 75 (75%); количество партнёров, перешедших по ссылке на сайт с описанием продукта — 40 (40%); количество партнёров, направивших заявку на продукт — 20 (20%). Затраты на проведение кампании составили 200 000 рублей. Средняя прибыль от одного партнёра при покупке продукта — 50 000 рублей.

1. Рассчитайте следующие показатели эффективности: долю открытий письма (open rate), долю переходов по ссылке (CTR), долю заявок (конверсию) от числа получивших письмо.
2. Рассчитайте ROI (окупаемость) кампании.
3. Какие выводы об эффективности кампании можно сделать на основе полученных расчётов? Укажите не менее двух.

Задание 2.

Разработайте фрагмент программы оценки эффективности коммуникационной деятельности организации. Заполните таблицу.

Объект оценки	Показатели (2-3 примера)	Метод сбора данных	Периодичность	Ответственный
Информирование деловых партнёров				
Информирование руководителя				
Внутренние коммуникации (сотрудники)				
Внешние коммуникации (СМИ, общественность)				

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой показатель относится к качественным показателям эффективности коммуникационного менеджмента? а) количество публикаций в СМИ; б) охват целевой аудитории; в) тональность упоминаний; г) количество переходов по ссылке.		
2.	Какой метод сбора данных наиболее эффективен для оценки уровня информированности сотрудников о внутренних коммуникациях? а) анализ логов почтового сервера (открытия писем); б) анонимное анкетирование сотрудников; в) наблюдение за сотрудниками; г) анализ бухгалтерской отчётности.		

3. Задания закрытого типа

3.1. Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Какой показатель характеризует экономическую эффективность коммуникационной кампании?

а) количество публикаций в СМИ;

б) охват целевой аудитории;

в) ROI (окупаемость инвестиций);

г) тональность упоминаний.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие показатели относятся к количественным показателям эффективности коммуникационного менеджмента?

а) охват целевой аудитории;

б) удовлетворённость партнёров (по шкале);

в) количество публикаций в СМИ;

г) тональность упоминаний;
д) доля переходов по ссылке (CTR).

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	1-59

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.
Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам

самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.

2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.

3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / О. С. Звягинцева, Д. С. Кенина, О. Н. Бабкина, А. П. Исаенко. — Ставрополь : СтГАУ, 2019. — 132 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/169724

2. Емельянов, С. М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина. — Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. — 272 с. — ISBN 978-5-9729-1811-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/429323

3. Барежев, В. А. Коммуникационный менеджмент: Электронное учебное пособие :

учебное пособие / В. А. Барежев. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 239 с. — ISBN 978-5-94047-551-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/63821

8.2. Дополнительная литература

1. Долгова, Н. В. Основы рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации: практикум : учебное пособие / Н. В. Долгова. — Рязань : РГУ имени С.А.Есенина, 2021. — 84 с. — ISBN 978-5-907266-52-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/177000

2. Шарков, Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 408 с. — ISBN 978-5-394-03546-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277301

3. Деловые коммуникации : учебное пособие / М. Г. Круталевич, Р. М. Прытков, Ю. Е. Холодилина, О. В. Бурдюгова. — Оренбург : ОГУ, 2015. — 215 с. — ISBN 978-5-7410-1378-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/98124

4. Поплавская, Т. В. Организационная коммуникация : учебное пособие / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 198 с. — ISBN 978-5-9765-4062-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/114370

5. Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики : учебное пособие / Н. Ф. Пономарев. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 125 с. — ISBN 978-5-9765-2241-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/232517

8.3. Интернет-ресурсы

https://e.lanbook.com
https://znanium.ru
https://urait.ru

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

Требования к аудитории:
- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:
- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:
- пакет Microsoft Office