

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)**

**Институт управления и государственной службы
Кафедра таможенного дела**

**УТВЕРЖДАЮ
Директор ИУиГС
Харьковский Р.И.**



«22» 05

2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

По дисциплине Коммуникации с агентствами и общественными организациями

По направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль Налоги и финансовый консалтинг

Луганск 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммуникации с агентствами и общественными организациями» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль «Налоги и финансовый консалтинг», – 29 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммуникации с агентствами и общественными организациями» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 954.

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд.пед.наук., доцент Горбулич И.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры таможенного дела «22» 03 2023 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой
Таможенного дела



А.Е. Пожидаев

Переутверждена: « » 20 г., протокол №

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » 20 года, протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы «12» 04 2023 г., протокол № 8.

Председатель учебно-методической
комиссии Института управления
и государственной службы



А.А. Резник

1. Цели и задачи дисциплины освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины – ознакомление студентов с основными аспектами алгоритма осуществления мероприятий с иными государственными органами власти и организациями; формирование у студентов навыков создания и развития результативных контактов с различными общественными и рекламными организациями, применения при этом эффективных инструментов взаимодействия.

Задачи:

- теоретическое освоение студентами коммуникационных процессов управления;
- изучение отечественного и зарубежного опыта проведения деловых встреч и переговоров;
- развитие практических навыков ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонных разговоров;
- понимание роли невербальных коммуникаций в процессе делового общения;
- изучение особенностей ведения переговоров и делового общения с иностранными партнерами в целях улучшения процессов взаимодействия.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникации с агентствами и общественными организациями» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана. Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания основных положений этических норм и правил поведения субъекта в обществе.

Содержание дисциплины основывается на дисциплинах, как: Русский язык и культура речи в сфере профессиональной коммуникации и является логическим продолжением содержания дисциплин Основы психологии и инклюзивного взаимодействия, Профессиональная этика делового общения, консультаций и корпоративная этика.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-2 Способен определять место и роль налоговых органов в структуре государственного управления при взаимодействии с иными государственными органами	ПК-2.2 Разрабатывает мероприятия и применяет инструменты взаимодействия налоговых органов (в том числе информационно-коммуникационные) с иными государственными органами власти и организациями	знать: основные стратегии делового взаимодействия с организациями, уметь: устанавливать и поддерживать коммуникации в процессе делового общения; разрабатывать алгоритмы реализации мероприятий по установлению контакта с организациями; владеть: навыками понимания процесса осуществления деловой коммуникации и основными аспектами осуществления мероприятий по установлению контакта с организациями;

ПК-3 Организует и поддерживает постоянные контакты с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами	ПК-3.5. Организация и поддержание постоянных контактов с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами	знать: основные понятия деловой коммуникации с организациями профессиональной направленности; уметь: уметь наладить продуктивный диалог с организациями с целью осуществления профессиональных задач; владеть: навыками осуществления результативного контакты с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций и другими общественными организациями.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)		
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	68		
Лекции	17		
Семинарские занятия			
Практические занятия	51		
Лабораторные работы			
Курсовая работа (курсовой проект)			
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)			
Самостоятельная работа студента (всего)	40		
Форма аттестации	зачет		

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Ключевые аспекты организации и управления деятельности коммуникационными агентствами в РФ

Организация отрасли связей с общественностью. Организация и управление коммуникационным агентством.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций

Дискуссионность понятия «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями», сфера их применения, характеристика их основных участников. Сущность коммуникации и управление ею. Специфика различных подходов к

коммуникационному менеджменту. Роль корпоративной коммуникаций в организации: коммуникация как дополнительный атрибут; коммуникация как инструмент управления; коммуникации как стратегический инструмент. Основные принципы организации управления коммуникациями. Суть коммуникационного менеджмента и сфера его применения

Тема 3. Методы исследования в коммуникационном процессе

Понятие и типы коммуникологических исследований. Методы исследования в коммуникационном менеджменте: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы, интервью, Принципы составления программы коммуникологического исследования. Проблемы количественной и качественной репрезентации. Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросов. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований.

Тема 4. Типологические модели коммуникационного процесса

Теория «паблик рилейнз» по Э. Бернайсу. Исторические модели управления коммуникациями: пропаганда, модели связей с общественностью по С. Блэку, Айви Ли, информационные войны, ИМК и др. Модели связи с общественностью Дж. Грюнига: агентство по связям с прессой, общественно значимая информация, двусторонняя асимметрия. двусторонняя асимметрия. Коммуникации ассиметричные-симметричные и информирующие, убеждающие Основные стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия. Ситуационная модель управления коммуникациями. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии.

Тема 5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации

Виды корпоративной культуры. Типы корпоративной культуры. Формирование и поддержание корпоративной культуры

Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс Определение проблем, разработка концепции и постановка целей. Понятие ключевых аудиторий. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация). Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте, системный подход и моделирование ситуаций.

Тема 6. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации

Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации. Коммуникации в стратегическом маркетинге. Коммуникации стратегий разных уровней (классификация уровней по И. Ансофу). Информационное обеспечение при разработке и реализации общей стратегии предприятия. Виды коммуникационных стратегий. Группы целей в коммуникационном планировании: цели влияния и цели выхода. Виды целей влияния: информационные цели, цели отношения (установок), цели поведения. Коммуникационная политика организации по отношению к неформальной коммуникации.

Тема 7. Формирование положительного общественного мнения об организации

Общественное мнение и его характеристики: рациональное/иррациональное, наличие/недостаточность информации по проблеме, интересующей общественное мнение,

инертность/ податливость общественного мнения, способность к быстрым и резким изменениям. Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте.

Тема 8. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации

Основных пути организации коммуникационного менеджмента. Функции отдела по коммуникациям. Общая организационной структура и структура отдела корпоративной коммуникации. Должностные позиции отдела корпоративной коммуникации.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1.	Ключевые аспекты организации и управления деятельности коммуникационными агентствами в РФ	2		
2.	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	2		
3.	Методы исследования в коммуникационном процессе	2		
4.	Типологические модели коммуникационного процесса	2		
5.	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации	2		
6.	Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации	2		
7.	Формирование положительного общественного мнения об организации	2		
8.	Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	3		
Итого:		17		

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1.	Ключевые аспекты организации и управления деятельности коммуникационными агентствами в РФ	7		
2.	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	7		
3.	Методы исследования в коммуникационном процессе	6		

4.	Типологические модели коммуникационного процесса	6		
5.	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации	6		
6.	Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации	7		
7.	Формирование положительного общественного мнения об организации	6		
8.	Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	6		
Итого:		51		

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Форма/вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1.	Ключевые аспекты организации и управления деятельностью коммуникационными агентствами в РФ	Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме тестов.	5		
2.	Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций	Работа с нормативно-правовыми актами. Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме тестов.	5		
3.	Методы исследования в коммуникационном процессе	Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме тестов. Составление кроссвордов.	5		
4.	Типологические модели коммуникационного процесса	Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме	5		

		тестов. Составление кроссвордов.			
5.	Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации	Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме тестов. Составление кроссвордов.	5		
6.	Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации	Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме тестов. Составление кроссвордов.	5		
7.	Формирование положительного общественного мнения об организации	Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме тестов. Составление кроссвордов.	5		
8.	Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	Работа с материалами конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, в том числе в форме тестов. Составление кроссвордов.	5		
Итого:			40		

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Коммуникации с агентствами и общественными организациями не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется на основе компетентностного, личностно ориентированного, деятельностного, группового подходов с использованием технологий: объяснительно-иллюстративного обучения, информационных технологий, проектного обучения, технологии кейсов с учетом следующих этапов обучения каждой темы:

1 – получение теоретической основы учебного материала на лекции;

- 2 – формирование оперативных умений и навыков в малых группах;
- 3 – индивидуальный контроль сформированности компетенции;
- 4 – этап предметной рефлексии и рефлексии способов деятельности

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература;

1. Коноваленко, М.Ю. Деловые коммуникации : учеб. для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М. : Юрайт, 2014. – 468 с.
2. Корнеев, И. К. Делопроизводство. Образцы, документы. Организация и технология работы / И. К. Корнеев. – М. : Проспект, 2021. – 480 с.
3. Суворова Н.Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе: [Электронный ресурс]:практикум.– Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 80 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213>

б) дополнительная литература;

1. Местное самоуправление и муниципальное управление : учебник / А.П. Горбунов, В.И. Гончаров, И.Ф. Головченко [и др.] ; ред. А.С. Прудников, М.С. Трофимов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 544 с. : табл., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684947>

в) интернет-ресурсы;

1. Видеолекция. Менеджмент : основы делового общения / Е.Г. Михалкина. [Электронный ресурс]. Режим доступа - <http://www.youtube.com/watch?v=5fTkI8ne8NI>
2. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8 – Режим доступа : https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5999

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Паспорт

оценочных средств по учебной дисциплине

«Коммуникации с агентствами и общественными организациями»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-2 Способен определять место и роль налоговых органов в структуре государственного управления при взаимодействии с иными государственными органами	Пороговый	знать: специфику деятельности налоговых органов в структуре государственного управления
Основной		Базовый	уметь: ориентироваться в специфике взаимодействия налоговых органов с иными государственными органами
Заключительный		Высокий	владеть: навыками понимания целей и процесса взаимодействия налоговых органов с иными государственными органами
Начальный	ПК-3 Организует и поддерживает постоянные контакты с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами	Пороговый	знать: основные понятия деловой коммуникации с организациями профессиональной направленности
Основной		Базовый	уметь: уметь наладить продуктивный диалог с организациями с целью осуществления профессиональных задач
Заключительный		Высокий	владеть: навыками понимания процесса осуществления деловой коммуникации и навыками разрешения конфликтных ситуаций с целью продуктивной профессиональной деятельности с организациями.

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения
учебной дисциплины

№ п/п	Код компе тенци и	Формулировка контролируемо й компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-2	Способен определять место и роль налоговых органов в структуре государственного управления при взаимодействии с иными государственными органами	ПК-2.2 Разрабатывает мероприятия и применяет инструменты взаимодействия налоговых органов (в том числе информационные) с иными государственными органами власти и организациями	Тема 1. Ключевые аспекты организации и управления деятельности коммуникационными агентствами в РФ Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций Тема 3. Методы исследования в коммуникационном процессе Тема 4. Типологические модели коммуникационного процесса Тема 5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации Тема 6. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации Тема 7. Формирование положительного общественного мнения об организации Тема 8. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	3 семестр

2.	ПК-3	Организует и поддерживает постоянные контакты с рейтинговыми и агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами	ПК-3.5. Организация и поддержание постоянных контактов с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами	Тема 1. Ключевые аспекты организации и управления деятельностью коммуникационными агентствами в РФ Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций Тема 3. Методы исследования в коммуникационном процессе Тема 4. Типологические модели коммуникационного процесса Тема 5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации Тема 6. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации Тема 7. Формирование положительного общественного мнения об организации Тема 8. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	3 семестр
----	------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-2 Способен определять место и роль налоговых органов в структуре государственно	ПК-2.2 Разрабатывает мероприятия и применяет инструменты взаимодействия налоговых	знать: основные стратегии делового взаимодействия с организациями, уметь: устанавливать и поддерживать коммуникации в	Тема 1. Ключевые аспекты организации и управления деятельностью коммуникационными	Работа с материалами и конспектов и учебников; подготовка письменных

	го управления при взаимодействии с иными государственными органами	органов (в том числе информационно-коммуникационные) с иными государственными органами власти и организациям и	процессе делового общения; разрабатывать алгоритмы реализации мероприятий по установлению контакта с организациями; владеть: навыками понимания процесса осуществления деловой коммуникации и основными аспектами осуществления мероприятий по установлению контакта с организациями;	агентствами в РФ Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций Тема 3. Методы исследования в коммуникационном процессе Тема 4. Типологические модели коммуникационного процесса Тема 5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации Тема 6. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации Тема 7. Формирование положительного общественного мнения об организации Тема 8. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	ответов на контрольные вопросы, самостоятельная работа; контрольная работа.
--	--------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

2.	<p>ПК-3</p> <p>Организует и поддерживает постоянные контакты с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами</p>	<p>ПК-3.5.</p> <p>Организация и поддержание постоянных контактов с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами</p>	<p>знать: основные понятия деловой коммуникации с организациями профессиональной направленности;</p> <p>уметь: уметь наладить продуктивный диалог с организациями с целью осуществления профессиональных задач;</p> <p>владеть: навыками осуществления результативного контакта с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций и другими общественными организациями.</p>	<p>Тема 1. Ключевые аспекты организации и управления деятельностью коммуникационными агентствами в РФ</p> <p>Тема 2. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организаций</p> <p>Тема 3. Методы исследования в коммуникационном процессе</p> <p>Тема 4. Типологические модели коммуникационного процесса</p> <p>Тема 5. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса организации</p> <p>Тема 6. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии организации</p> <p>Тема 7. Формирование положительного общественного мнения об организации</p> <p>Тема 8. Структура,</p>	<p>Работа с материалами и конспектов и учебников; подготовка письменных ответов на контрольные вопросы, самостоятельная работа; контрольная работа.</p>
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				функции и эффективность отдела по коммуникация м в организации	
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------	--

(примерный перечень оценочных средств)

1. Тестовые задания (пороговый уровень)

1. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми — это процесс:

- а) общения
- б) понимания
- в) восприятия

2. Человек, который обычно весьма активен, предпочитает идти к разрешению конфликта своим определенным путем, используя стиль:

- а) приспособления
- б) конкуренции
- в) компромисса

3. Прямое деловое общение характеризуется:

- а) ответными реакциями собеседников
- б) общением в пределах видимости
- в) непосредственным речевым контактом

4. Во многих случаях, имидж это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, а именно правильного выбора своей:

- а) модели поведения
- б) заинтересованности в отношениях с другими
- в) способности к общению

5. К основным свойствам научной информации НЕ относят

- а) объективность
- б) субъективность
- с) достоверность
- д) хранение и передача информации

6. К эффективной научной коммуникации НЕ относится признак:

- а) адекватное смысловое восприятие
- б) быстрый темп изложения информации
- с) адекватная интерпретация передаваемого сообщения
- д) достижение поставленной цели

7. Какую коммуникативную функцию выполняет докладчик на научной конференции?

- а) контактная функция
- б) стратегическая функция

- с) риторическая функция
- д) все утверждения верны

8. Коммуникантом является:

- а) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов
- б) получатель сообщения в коммуникационном процессе
- с) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений
- д) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану

9. Какое из условий НЕ способствует воздействию методом убеждения в научной коммуникации:

- а) внушение доверия
- б) профессиональная компетентность говорящего
- с) концентрация на негативных показателях
- д) ссылка на личный опыт других

10. Телеконференция служит для обсуждения важной научной проблемы, она открыта для обмена мнениями в письменном виде всеми желающими. К ней может присоединиться любой человек. О какой телеконференции идет речь?

- а) сетевая
- б) электронная
- с) синхронная
- д) асинхронная

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 – 100% правильных ответов
4	71 – 85% правильных ответов
3	61 – 70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений) (пороговый уровень)

1. Специфика связей с общественностью в государственном управлении и политике.

2. Управление деятельностью по связям с общественностью в органах исполнительной власти, политических партиях, парламенте, формирование позитивного имиджа и общественной репутации.

3. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб на федеральном и региональном уровнях.

4. Специфика медиарелейшнз в сфере политики и государственного управления.

5. Внутрикorporативный менеджмент пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственном управлении.

6. Правовые и этические основы связи в органах государственной власти и управления.

7. Связи с общественностью во взаимодействии государства с институтами гражданского общества.
8. Практика организации различного вида политических PR-кампаний в России и мире.
9. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.
10. Информационные процессы в модели управления ими на федеральном и субъектном уровнях.
11. Информационный процесс как многоуровневая система.
12. Управление информационными процессами в органах государственной власти и управления.
13. Управление информационными процессами в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях.
14. Формирование информационных потоков, циркулирующих между политической властью и социальными группами.
15. Основные информационные модели.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

3. Реферат
(базовый уровень)

1. Personal public relations в бизнес-коммуникациях.
2. Аргументация как аспект ведения переговоров.
3. Бизнес-коммуникации и публичная политика.
4. Власть и бизнес-сообщество.
5. Лоббирование в системе бизнес-коммуникаций.
6. Методология и практические аспекты ведения переговоров.
7. Организация связей с бизнес-сообществом на муниципальном уровне.
8. Особенности персональных навыков GR-менеджера.
9. Планирование GR-деятельности.
10. Политическая конфликтология и бизнес-коммуникации.
11. Презентация как средство бизнес-коммуникаций.

12. Речевой контакт как вербальный инструмент.
13. Речевые стратегии в бизнес-коммуникациях.
14. Речевые тактики в деловом общении.
15. Скрытое управление человеком как метод переговоров.
16. Социальное партнерство как эффективная форма взаимодействия государства и бизнеса.
17. Средства прямого и косвенного делового общения.
18. Стратегии эмоционально-психологического воздействия.
19. Теории коммуникации.
20. Эмоционально-психологическая составляющая бизнес-коммуникации.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «реферат»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Реферат представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.). Оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ
4	Реферат представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ
3	Реферат представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ
2	Реферат представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

4. Кейс задание (высокий уровень)

МОЗГОВОЙ ШТУРМ

Тема: Деловой этикет общения менеджера с клиентами

Регламент мозгового штурма:

1. Представление участников и ознакомление их с правилами. Распределение на группы «генераторов» и «аналитиков» (5-10 минут)
2. Постановка задачи (10-15 минут)
3. Ответы на вопросы (5-15 минут)
4. Генерирование идей (15-20 минут)
5. Анализ идей (30 минут)
6. Составление отредактированного списка идей (30-40 минут)

Правила:

- Отсутствие всякой критики.
- Поощрение предлагаемых идей.
- Равноправие участников мозгового штурма.
- Свобода ассоциаций и творческого воображения.

Творческая атмосфера на «игровой поляне».
Обязательная фиксация всех высказанных идей.
Время для инкубации. Подведение
итогов. Для проведения мозгового штурма
предлагается 4-5 ситуаций.

**Тема: Статусно-ролевые отношения в профессиональной
деятельности.**

Форма проведения: семинар-исследование

Вопросы:

- 1) Особенности статусно-ролевых отношений в профессиональной деятельности менеджера.
- 2) Как происходит выработка стиля поведения в общении менеджера.
- 3) Назовите основные типы установки на восприятие другого человека. Какую роль они играют в профессиональной деятельности менеджера?
- 4) В чем заключаются типичные искажения представления о другом человеке? Как их избежать? Свойство заражения: его проявление и использования в профессиональной деятельности менеджера

Тема: Лидерство и руководство

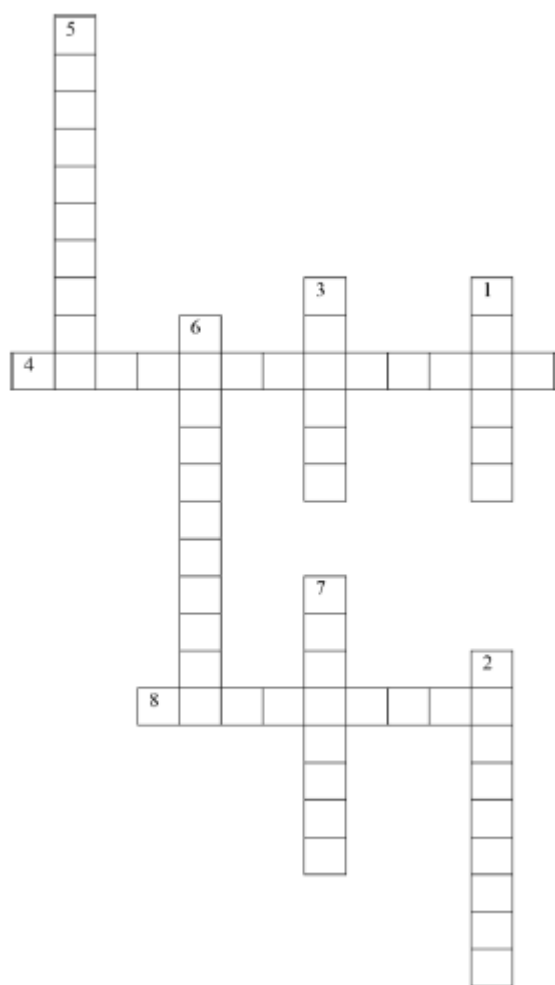
Форма проведения: семинар-дискуссия

Вопросы:

- 1) Понятие лидерства. Бытовой тип лидерства, социальный тип лидерства, политический тип лидерства.
- 2) Объективные и субъективные предпосылки деятельности руководителя.
- 3) Власть, авторитет менеджера и стили управления.
- 4) Критерии и условия лидерства.
- 5) Классификация лидеров в зависимости от того, как их воспринимает группа.
- 6) Типы руководителей и стили руководства.

Кроссворд

1. Общение между людьми.
2. Средство общения между людьми на деловом уровне.
3. Тактический прием, применяемый на переговорах, и вид колбасы.
4. Одно из правил установления отношений с партнером.
5. Один из важнейших этапов переговоров.
6. На что нужно обращать внимание в человеке, для того чтобы уменьшить недостатки?
7. Важное качество в переговорном процессе. 8. Важное условие делового сотрудничества.



Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«кейс-задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками, применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии и предъявляемыми требованиями
4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками, применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками, применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

5. Разноуровневые задачи и задания (пороговый уровень)

Практическое занятие №1. Сфера практического применения производственной коммуникации: социальный менеджмент, кадровый консалтинг, связи с общественностью. Вопросы для обсуждения:

1. Сфера практического применения социологии массовой коммуникации в социальном менеджменте.
2. Сфера практического применения социологии массовой коммуникации в кадровом консалтинге.
3. Сфера практического применения социологии массовой коммуникации в связях с общественностью.
4. Пресс-релиз как инструмент связей с общественностью при выстраивании массовой коммуникации.

Практическое занятие №2.

Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума: коммуникация как способ формирования целей развития. Вопросы для обсуждения:

1. Специфика коммуникации в современном обществе.
2. Соотношение коммуникации и mass media .
3. Послание Президента РФ Федеральному Собранию в системе современной массовой коммуникации (текст послания за 3 последних года).

Задание: Реферат на тему «Роль массовых коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума». Проанализируйте ключевые темы посланий Президента РФ Федеральному Собранию

Практическое занятие №3.

Развитие коммуникации в современном обществе: глобальные компьютерные сети. Вопросы для обсуждения:

1. Теория информационного общества: электронная фраза в условиях глобальной коммуникации.
2. Роль коммуникации в современном мире: теория модернизации и теория «культурного медиа империализма».
3. Социальные последствия информационного общества.
4. Российские информационно-коммуникативные приложения: электронное правительство, российская общественная инициатива, бюджет для граждан.
5. Элвин Тоффлер «Третья волна». Задание: Реферат на тему «Теория информационного общества в интерпретации Элвина Тоффлера». Внимательно прочитайте текст из работы Элвина Тоффлера «Третья волна»

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «разноуровневые задания и задачи»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками, применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями

4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками, применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками, применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

6. Практическое (прикладное) задание (высокий уровень)

Задание 1.

Дайте сравнительную характеристику:

- взаимодействие государства и гражданского общества в тоталитарных политических системах.
- взаимодействие государства и гражданского общества в авторитарных политических системах.
- взаимодействие государства и гражданского общества в демократических политических системах.
- взаимодействие государства и гражданского общества в современной России: политика инновационных изменений.

Задание 2.

Заполните таблицу, выбрав из предложенного списка:

Сферы общественной жизни	Общественные объединения, действующие в этих сферах
Экономическая	
Социальная	
Духовная	

союзы предпринимателей и фермеров,
общества защиты прав потребителей,
союзы деятелей культуры,
кооперативы,
детские общественные организации,
спортивные общественные общества,
рабочие профсоюзы,
ассоциации банкиров,
благотворительные фонды,
религиозные объединения,
общества культурных связей с зарубежными странами.

Задание 3.

Проанализировать нормативно-правовые акты, регулирующие информационную политику на федеральном и региональном уровнях.

Задание 4.

Рассмотреть пресс-службу органа власти по плану:

1. Краткая характеристика органа власти.
2. Нормативно-правовые основы деятельности пресс-службы (законодательство и внутриорганизационные документы).
3. Структура пресс-службы, основные задачи подразделений.
4. Основные направления деятельности (с примерами и анализом публикаций).
5. Определение эффективности деятельности с аргументацией.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «практическое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90 – 100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75 – 89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50 – 74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

7. Комплект заданий для контрольной работы

1. Каким образом коммуникационные проблемы влияют на развитие организации?
2. Какие управленческие процедуры и операции включает коммуникационный менеджмент?
3. Что такое публичный капитал? Как происходит его накопление?
4. Что такое коммуникологические исследования?
5. Охарактеризуйте поисковые, описательные и объяснительные исследования.
6. Охарактеризуйте каждый из приемов сбора данных для коммуникологического исследования.
7. Опишите специфику использования универсальных пакетов анализа статистических данных: STATISTICA, STATGRAPHICS, Excel и др.
8. Каковы основные особенности известных вам коммуникативных технологий, исходя из стандартной схемы коммуникативного процесса: Источник сообщения - сообщение - кодирование - канал передачи - декодирование - адресат.
9. Какие шумы и помехи встречаются при передаче информации в рамках соответствующих коммуникативных технологий? Как их избежать?
10. Какие модели использования коммуникации в управлении организацией вам известны?
11. Опишите основные стратегии симметричного управления коммуникациями. Чем они отличаются друг от друга? Каковы их особенности?
12. Какова специфика оценки эффективности в коммуникационных программах по сравнению с экономическими?
13. Каковы основные принципы, на которые необходимо опираться при оценке коммуникационных программ?
14. Каким образом применяются при оценке коммуникативной программы степень реализации целей, экономичность использования средств и степень рационализации выдвигаемых целей?
15. Какие критерии и компоненты социальной среды необходимо учитывать при оценке эффективности коммуникативной программы?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольная работа»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90 – 100% вопросов/задач)
4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75 – 89% вопросов/задач)
3	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 50 – 74% вопросов/задач)
2	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

8. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Кто еще в древности определил каноны делового общения:
 - A. Демосфен
 - B. Сократ
 - C. Аристотель
 - D. Цезарь

2. Какой стиль делового общения чаще всего используется в рыночном взаимодействии:
 - A. Авторитарный
 - B. Формальный
 - C. Проблемно-целевой
 - D. Демократический

3. Функция общественного мнения характеризующаяся тем, что общественность выносит решение по тем или иным проблемам социальной жизни:
 - A. Оценочная
 - B. Директивная
 - C. Консультативная
 - D. Информационная

4. Общественность - это:
 - A. Сотрудники предприятия, объединенные служебными отношениями, подчиняющиеся служебной дисциплине
 - B. Группа людей, сложившаяся под влиянием определенных обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующая на нее одинаковым образом
 - C. Многочисленная группа потребителей, СМИ, участники политических партий и движений
 - D. Любые группы, которые проявляют реальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей

5. Беседа в форме вопросов и ответов между государственным служащим и журналистом:
 - A. Анкетирование
 - B. Интервью
 - C. Репортаж
 - D. Опрос

6. О планируемой пресс-конференции заинтересованных лиц необходимо предупредить:

- A. За 3 дня
- B. За 5 дней
- C. За 7 дней
- D. За 14 дней

7. Что означает слово брифинг:

- A. Рекомендация
- B. Извещение
- C. Оповещение
- D. Инструктаж

8. Главное требование к пресс-релизу:

- A. Наличие заголовка
- B. Наличие общественно значимого факта
- C. Наличие аналитики
- D. Наличие коммерческой информации

9. К какому виду относится репортаж, транслируемый в эфир в момент совершения каких-либо действий :

- A. Фиксированный
- B. Прямой
- C. Синхронный
- D. Событийный

10. Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям

- A. Инновационная
- B. Информационная
- C. Развлекательная
- D. Мобилизационная

11. В системе взаимодействия общества и власти лежит принцип

- A. Открытости
- B. Коллективной ответственности
- C. Взаимоуважения
- D. Круговой поруки

12. Байклайнер – это:

- A. Информационная база данных
- B. Историческая справка
- C. Биография
- D. Словарь

13. Кейс-история - это:

- A. Факт-лист
- B. Сообщение опыта фигуранта по решению какой-либо проблемы
- C. Авторская статья для печати в прессе

D. Биографическая справка

14. Какой принцип не играет роли при классификации рекламных кампаний:

- A. Географический
- B. Использования типов СМИ
- C. Выбору целевой аудитории
- D. Демографический

15. Выберите правильные виды рекламных кампаний по целевому принципу:

- A. федеральные
- B. мономедийные
- C. массовые
- D. информационные

16. PR-это использование информации для влияния на:

- A. Общественное мнение
- B. Государственные органы власти
- C. Средства массовой информации
- D. Покупателей

17. Директ-мэйл - это:

- A. веб-сайт директора компании
- B. прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам
- C. электронное письмо другу
- D. электронный адрес

18. Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется:

- A. черный PR
- B. клевета (диффамация)
- C. голубой PR
- D. красный PR

19. Демографический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:

- A. по психологическим характеристикам
- B. по полу, возрасту и т.п.
- C. по территориальным границам
- D. по образу жизни

20. Органы местного самоуправления (муниципальные) в систему органов государственной власти:

- A. не входят
- B. входят
- C. частично входят
- D. частично не входят

21. Устойчивый образ организации в представлении групп общественности - это:

- A. определение рекламы
- B. определение имиджа

- C. определение PR
- D. определение товара

22. Основная функция речевого этикета – ...

- A. переход к внешней речи
- Б. снятие агрессии
- В. передача смысла высказывания

23. Стадии переговорного процесса – это ...

- A. подготовка к переговорам
- Б. оценка внешности партнеров по переговорам
- В. анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей
- Г. процесс переговоров

24. Успех переговоров определяет...

- A. знание предмета обсуждения
- Б. владение техникой ведения переговоров
- В. умение перебивать собеседника

25. Стратегии ведения переговоров – это ...

- A. позиционный торг
- Б. разрешение сложившегося конфликта
- В. взаимный учет интересов участников

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «зачет»

Экзамены	Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач	зачтено
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы	не зачтено

9. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК). В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников, например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной (модулем), за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
 - продолжительность сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, – не более чем на 90 минут;
 - продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме – не более чем на 20 минут;
 - продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 минут.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений с указанием страниц	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)
1.			
2.			
3.			
4.			