

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории



УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский

(подпись)

25 апреля 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В
СФЕРЕ СЕРВИСА»

По направлению подготовки 43.04.01 Сервис
Магистерская программа: «Управление процессами обслуживания»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммуникационные технологии взаимодействия в сфере сервиса» по направлению подготовки 43.04.01 Сервис. – 23 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммуникационные технологии взаимодействия в сфере сервиса» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.04.01 Сервис (утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 518, с изменениями и дополнениями от 8 февраля 2021 г.).

СОСТАВИТЕЛЬ:

д-р. экон. наук, профессор кафедры управления персоналом и экономической теории Мортиков В.В.

канд. экон. наук, доцент кафедры управления персоналом и экономической теории Чумаченко Г.В.

канд. экон. наук, доцент кафедры управления персоналом и экономической теории Розмыслов А.Н.

канд. экон. наук, доцент кафедры управления персоналом и экономической теории Шильникова З.Н.

канд. экон. наук, доцент кафедры управления персоналом и экономической теории Гуськова О.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории 21.03.2023 г., протокол № 13.

Заведующий кафедрой
управления персоналом и экономической теории  Чумаченко Г.В.

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  Резник А.А.

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целями освоения дисциплины «Коммуникационные технологии взаимодействия в сфере сервиса» являются:

- получение обучающимися современных знаний в области управления информацией

- сформировать практические навыки эффективного решения коммуникационных проблем в отношениях с общественностью организаций различных сфер общества.

Задачи изучения дисциплины:

- овладеть основными понятиями и технологиями коммуникационного взаимодействия в сфере сервиса;

- научиться применять знания и методики коммуникационного взаимодействия в образовательном процессе и профессиональной деятельности;

- осознать значение коммуникационного взаимодействия в профессиональной подготовке.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Основывается на базе дисциплин: является логическим продолжением содержания дисциплин: «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Маркетинг», «Менеджмент».

Дисциплина «Коммуникационные технологии взаимодействия в сфере сервиса» служит основой для освоения дисциплин: «Самоорганизация и технологии личностного роста», «Стратегические маркетинговые программы организаций в сфере сервиса» и служит основой для прохождения практики и написания выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурным традициям различных народов, основываясь на знании культурных традиций мира (включая мировые религии, философские и этические учения), в зависимости от среды взаимодействия	знать: знать современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации; знать социокультурные особенности и принципы делового общения на разных языках; уметь: уметь выбирать коммуникативно приемлемые стили для

		разных ситуаций на государственном и иностранных языках; уметь проводить маркетинговые исследования и анализировать данные для выявления потребностей клиентов и разработки соответствующих стратегий; владеть: деловой лексикой и грамматикой на государственном и иностранных языках; владеть навыками адаптации и использования соответствующих стилей коммуникации на разных языках в профессиональном взаимодействии.
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Объем учебной дисциплины (всего)	72 (2 зач. ед)	72 (2 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка дисциплины (всего) в том числе:	36	8
Лекции	24	6
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	12	2
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)	36	64
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Семестр 2

Тема 1 Научные истоки коммуникационного менеджмента

Коммуникационный менеджмент как предмет изучения. Коммуникационный менеджмент как наука и учебная дисциплина. Виды коммуникационных сетей и их базовые характеристики. Формирование коммуникационных

сетей. Сущность, виды, специфика современных коммуникаций. Основные парадигмы и подходы к изучению коммуникации. Определение коммуникации. Место коммуникационного менеджмента в общественном устройстве. Информация. Виды информации: основная классификация. Внешние и внутренние коммуникации. Письменные и устные коммуникации. Непосредственные и опосредованные коммуникации. Формальные и неформальные коммуникации. Нисходящие и восходящие коммуникации.

Тема 2 Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции

Определения понятия «коммуникативный менеджмент». Составляющие и направления коммуникативного менеджмента. Функции и задачи коммуникационного менеджмента. Концепция коммуникационного менеджмента: основные положения. Влияние корпоративной идентичности и организационной культуры компании на коммуникационный менеджмент. Сферы применения коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент как управленческая технология. Субъекты ответственности в коммуникационном менеджменте. Причины негативных тенденций в коммуникационном менеджменте. Преимущества и недостатки коммуникационного менеджмента как информационно- коммуникативной технологии в коммерческой структуре.

Тема 3. Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией

Современные средства коммуникации и их классификация. Организация как коммуникативный субъект. Организация как инициатор коммуникативного процесса. Организационная структура. Типы организационных структур. Коммуникационные проблемы организации. Коммуникационные ресурсы организации. Управление коммуникациями в организациях различного типа, в т.ч. коммерческих. Коммуникационный менеджмент как часть системы управления организацией. Технологическое обеспечение деловой структуры. Коммуникационная безопасность. Информационная защита бизнеса.

Тема 4. Управление внешними коммуникациями компании

Определение понятия «внешние коммуникации». Структура внешних коммуникаций в организации в зависимости от типа и отраслевой принадлежности организации. Классификация родовых групп субъектов коммуникационного взаимодействия в обществе. Связи родовых отношений в коммуникационном менеджменте. Инфраструктура бизнеса и коммуникационный менеджмент. Бизнес-среда и коммуникационный менеджмент. Связи коммерческой организации с государственными органами. Взаимодействие коммерческой организации с некоммерческими организациями. Взаимодействие коммерческой организации с партнерами. Взаимодействие коммерческой организации с конкурентами. Отношения коммерческих организаций с частными лицами.

Тема 5. Управление внутренними коммуникациями компании

Внутренние коммуникации организации. Понятие «внутренние коммуникации». Цели коммуникационного общения внутри организации. Формальная структура и нормативные коммуникационные каналы внутри организации. Неформальные коммуникации внутри организации. Стандартизированные и не стандартизированные формы коммуникации внутри компании. Коммуникационные роли в организации. Лидеры мнений и способы их выявления. Типы и формы информационных контактов сотрудников. Иерархия в коммуникации. Понятие «управленческая информация» и ее структура. Документация в организациях различного типа и ее классификация.

Тема 6. Управление информационными ресурсами в организации

Информационные ресурсы организации и их типология. Три способа хранения информации: цифровой (электронный накопитель), оригинальный (архив специальных документов), аналоговый (архив магнитных и других подобных носителей) и их специфические характеристики. Документированная информация и ее свойства. Отличительные качества документов. Свойства документированной информации: релевантность, полнота, полезность, своевременность, достоверность, новизна, доступность, защищенность, ценность, эргономичность. Избыточная информация в организации. Своевременность информации. Эффективность документирования управленческой деятельности предприятия. Подготовка (составление) текста управленческого документа.

Тема 7. Способы совершенствования организационных коммуникаций

Этапы подготовки к разработке программы совершенствования коммуникаций в организации. Основные пункты программы совершенствования коммуникаций. Фильтрация информационных потоков. Принципы эффективной внутриорганизационной коммуникации. Регулирование информационных потоков. Управленческие действия. Системы обратной связи. Система сбора предложений. Информационные бюллетени. Современные информационные технологии, используемые внутри организаций для оптимизации коммуникационного процесса. Способы совершенствования конкретных форм организационных коммуникаций. Видео- конференции или селекторные совещания. Деловые беседы. Переговоры. Общие собрания. Собрания акционеров. Годовой отчет. Принципы взаимодействия с партнером в бизнесе. Типы деловых собеседников. Технологии коммуникативного воздействия на сотрудников. Практические рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров.

Тема 8. Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях

Информационно-психологические каналы связей с персоналом. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности». Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс. Управление формальными коммуникациями: технологии и инструменты. Деловая переписка, деловые

разговоры, деловая беседа. Деловое совещание. Правила поведения на совещании для руководителя. Эффективность ведения переговоров. Управление неформальными коммуникациями: технологии и инструменты. Слухи как вид неформальных коммуникаций. Социально-психологические обстоятельства, побуждающие людей распространять слухи. Социально-психологическими обстоятельствами, побуждающие людей воспринимать слух. Принципы профилактики возникновения слухов внутри организации. Управление персоналом через неформальные коммуникации Возможное использование

слухов для конструктивного решения организационных проблем. Интерактивные внутренние средства коммуникации. Вещательные и печатные средства.

Тема 9. Коммуникационный этикет

Обязательные коммуникационные процедуры. Очное и заочное знакомство. Контрагенты. Поддержание отношений. Служебные и личные визитки. Стандарты написания текста на визитке. Правила вручения визитных карточек. Особенности телефонной коммуникации. Правила коммуникации по телефону. Алгоритм переговоров. Классическая формула переговоров. Мотивация сторон в переговорах. Особенности коммуникации по электронной почте. Особенности и правила коммуникации в мессенджерах и социальных сетях. Подарки, которые принято и не принято дарить деловым партнерам.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1 Научные истоки коммуникационного менеджмента	2	1
2	Тема 2 Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции	3	1
3	Тема 3. Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией	3	1
4	Тема 4. Управление внешними коммуникациями компании	3	-
5	Тема 5. Управление внутренними коммуникациями компании	3	1
6	Тема 6. Управление информационными ресурсами в организации	3	1
7	Тема 7. Способы совершенствования организационных коммуникаций	3	1
8	Тема 8. Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях	2	-
9	Тема 9. Коммуникационный этикет	2	-
Итого:		24	6

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1 Научные истоки коммуникационного менеджмента	1	-
2	Тема 2 Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции	2	-
3	Тема 3. Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией	1	1
4	Тема 4. Управление внешними коммуникациями компании	1	1
5	Тема 5. Управление внутренними коммуникациями компании	1	-
6	Тема 6. Управление информационными ресурсами в организации	1	-
7	Тема 7. Способы совершенствования организационных коммуникаций	2	-
8	Тема 8. Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях	1	-
9	Тема 9. Коммуникационный этикет	1	-
Итого:		12	2

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1 Научные истоки коммуникационного менеджмента	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7
2	Тема 2 Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7
3	Тема 3. Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7
4	Тема 4. Управление внешними коммуникациями компании	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7
5	Тема 5. Управление внутренними коммуникациями компании	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7

6	Тема 6. Управление информационными ресурсами в организации	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7
7	Тема 7. Способы совершенствования организационных коммуникаций	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7
8	Тема 8. Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	7
9	Тема 9. Коммуникационный этикет	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	4	8
Итого:			36	64

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов,

в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Кеннеди, Дэн Жесткий менеджмент: Заставьте людей работать на результат / Дэн Кеннеди ; перевод Д. Глоба-Михайленко. — 4-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 295 с. — ISBN 978-5-9614-5400-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82760.html>

2. Васильева, Е. А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Васильева, Я. О. Гришанова. — Электрон.текстовые данные. — Саратов :Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71588.html>

3. Управление человеческими ресурсами организации: теория, процессы, технологии [Электронный ресурс] / Лях С.М., Попова Н.Ю., Яценко Т.С. - Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927510771.html>.

б) дополнительная литература:

1. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 144 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39000.html>

2. Витебская Е.С., Экономика организации: пособие / Е.С. Витебская. - Минск : РИПО, 2018. - 295 с. - ISBN 978-985-503-841-3 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789855038413.html>.

3 Шапкин И.Н., Экономическая история. Словарь терминов и понятий : учебное пособие / Шапкин И.Н. - М. : Прометей, 2018. - 92 с. - ISBN 978-5-907003-78-1 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907003781.html> .

в) методические рекомендации:

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>

2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>

3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Коммуникационные технологии взаимодействия в сфере сервиса»

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	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Пороговый	знать: знать современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации; знать социокультурные особенности и принципы делового общения на разных языках;
Основной		Базовый	уметь: уметь выбирать коммуникативно приемлемые стили для разных ситуаций на государственном и иностранных языках; уметь эффективно общаться на государственном и иностранных языках, учитывая социокультурные различия и контекст коммуникации
Заключительный		Высокий	владеть: деловой лексикой и грамматикой на государственном и иностранных языках; владеть навыками адаптации и использования соответствующих стилей коммуникации на разных языках в профессиональном взаимодействии.

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

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Демонстрирует уважительное отношение к социокультурным традициям различных народов, основываясь на знании культурных традиций мира (включая мировые религии, философские и этические учения), в зависимости от среды взаимодействия.	Тема 1. <i>Научные истоки коммуникационного менеджмента</i> Тема 2. <i>Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции</i> Тема 3. <i>Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией</i> Тема 4. <i>Управление внешними коммуникациями компании</i> Тема 5.	2

				<i>Управление внутренними коммуникациями компании</i> Тема 6. <i>Управление информационными ресурсами в организации</i> Тема 7. <i>Способы совершенствования организационных коммуникаций</i> Тема 8. <i>Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях</i> Тема 9. <i>Коммуникационный этикет</i>	
--	--	--	--	---	--

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.	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурным традициям различных народов, основываясь на знании культурных традиций мира (включая мировые религии, философские и этические учения), в зависимости от среды взаимодействия	Знать правила делового общения на государственном и иностранных языках. Уметь выбирать коммуникативно приемлемые стили для разных ситуаций на государственном и иностранных языках. Владеть деловой лексикой и грамматикой на государственном и иностранных языках.	Тема 1. <i>Научные истоки коммуникационного менеджмента</i> Тема 2. <i>Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции</i> Тема 3. <i>Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией</i> Тема 4. <i>Управление внешними коммуникациями компании</i> Тема 5. <i>Управление внутренними коммуникациями компании</i> Тема 6. <i>Управление информационными ресурсами в организации</i> Тема 7. <i>Способы совершенствования</i>	доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

				<i>организационных коммуникаций</i> Тема 8. <i>Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях</i> Тема 9. <i>Коммуникационный этикет</i>	
--	--	--	--	---	--

1. Типовые тестовые задания

Тестирование проводится непосредственно перед промежуточной аттестацией, включает все темы дисциплины, позволяет оценить уровень всех заявленных в дисциплине компетенций.

1. Общение и процессы социального взаимодействия, взятые в их знаковом аспекте, — это:

- А) коммуникации
- Б) информация
- В) письменность

2. Коммуникативный процесс — это:

- А) процесс обмена информацией
- Б) обмен информацией между двумя или более людьми, целью которого является обеспечение понимания передаваемой и получаемой информации
- В) обратная связь при функционировании информации

3. Для осуществления процесса коммуникации необходимы и достаточны следующие четыре элемента:

- А) отправитель, кодировка, получатель, канал
- Б) сообщение, канал, декодировка, получатель
- В) отправитель, получатель, канал, сообщение

4. Лучшим механизмом обратной связи, позволяющим верхним слоям оценить эффективность этих коммуникации и функционирование организации в целом, являются:

- А) внешние коммуникации
- Б) нисходящие коммуникации
- В) восходящие коммуникации

5. К внутренней среде организации относятся:

- А) цели, задачи, структура
- Б) технологии, люди
- В) результаты деятельности

6. К внешней среде организации относятся:

- А) потребители, поставщики
- Б) госорганы, состояние экономики
- В) вводимые ресурсы

7. Коммуникации в организации — это:

- А) передача информации
- Б) двусторонний процесс обмена информацией
- В) информированность

8. Средствами коммуникации являются выработанные в данной культуре различные знаковые системы, такие как:

- А) культура

- Б) язык
 - В) устная и письменная речь
9. Эффективными можно считать коммуникационные процессы, в которых:
- А) сообщение закодировано и декодировано
 - Б) отправлено сообщение
 - В) отправитель и получатель поняли и разделили исходную идею, что подтвердилось реакцией получателя
10. На всех этапах коммуникационного процесса могут существовать:
- А) барьеры
 - Б) помехи
 - В) обратная связь
11. Главная мотивирующая причина этих коммуникаций состоит в необходимости управлять поведением и направлять работников, стоящих на более низких уровнях:
- А) внешние коммуникации
 - Б) нисходящие коммуникации
 - В) восходящие коммуникации
12. К внутренней среде организации относятся:
- А) технологии
 - Б) люди
 - В) нет верного ответа
13. К внешней среде организации относятся:
- А) научно-технический прогресс
 - Б) политические факторы
 - В) результаты деятельности
14. Процесс обмена информацией в организации осуществляется:
- А) посредством коммуникаций
 - Б) через информационные системы
 - В) через информационные потоки
15. Формами управленческого общения являются:
- А) субординация
 - Б) служебно-товарищеская форма
 - В) дружеская форма
16. Средствами, используемыми для коммуникаций, являются:
- А) циркуляры, документация
 - Б) дискуссии, видеозаписи
 - В) газетные статьи
17. Маркетинговый комплекс — это:
- А) «маркетинг-микс»
 - Б) система решений, ориентированная на потребителя
 - В) продукт, цена, место, продвижение
18. Установление и поддержание коммуникаций в организационной среде в целях обеспечения благоприятного поведения среды в отношении организации — это:
- А) реклама
 - Б) PR
 - В) продвижение продаж
19. Любая платная форма неличной презентации и продвижения товаров, услуг и идей идентифицированным спонсором — это:
- А) реклама
 - Б) продвижение продаж
 - В) PR
20. Устная презентация в беседе с одним или более перспективными

покупателями является:

- А) рекламой
- Б) продвижением продаж
- В) личной продажей

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

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. Разноуровневые задачи и задания

(базовый уровень)

Типовая контрольная работа №1 (Темы №1-2)

1. Выберите тему и выступите с устным сообщением и презентацией.
2. Составьте глоссарий на тему «Коммуникационный менеджмент: базовые понятия», состоящий не менее чем из 20 терминов.
3. Разработайте проект информационного письма-предложения потенциальным спонсорам конкретного проекта (устава) фирмы. Текст письма должен содержать обращение, суть предложения, информацию об организаторах и их компетентности, потенциальных партнерах, об отношении властей, степени участия СМИ, дополнительных выгодах, контактные данные.

Типовая контрольная работа №2 (Темы №3-4)

1. Проанализируйте в контексте коммуникативных процессов систему электронной почты. В какой степени она соответствует коммуникативному процессу? Какие барьеры могут возникнуть при пользовании электронной почтой?
2. Вспомните ситуации, когда вы потерпели фиаско в коммуникациях или когда они оказались неэффективными. На каком из этапов коммуникационного процесса произошел срыв?
3. Составьте рассказ (все слова должны начинаться с одной буквы) на общую тему, находясь в роли: а) инженера; б) бизнесмена; в) офис-менеджера; г) рабочего; д) научного сотрудника.

Типовая контрольная работа №3 (Темы №5-6)

1. Определите и дайте описание структур коммуникации в вашем коллективе.
2. Определите причины возникновения и распространения слухов и дезинформации и способы их нейтрализации на примере конкретной организации.
3. Приведите примеры обмена информацией по вертикали и по горизонтали.

Типовая контрольная работа №4 (Темы №7-9)

1. Спланируйте информационную кампанию для любого предприятия города по плану: краткое описание предприятия; основная проблема предприятия (для чего необходимо проведение информационной кампании); что будет получено от информационной кампании (прогноз); цель информационной кампании; задачи информационной кампании; аудитории кампании; описание хода проекта; описание используемых в информационной кампании средств; предполагаемый бюджет.

2.Схематично изобразите коммуникационный процесс. Отметьте элементы и этапы на изображенной схеме

3.Создайте схему основных факторов конкурентоспособности персонала любой известной вам организации.

Определите их приоритетность для персонала коммуникационного менеджмента. Подберите фактический материал (из литературы и периодической печати), иллюстративно подтверждающий вашу точку зрения. Сделайте прогноз о возможном применении приоритетности указанных факторов и о появлении новых требований к корпоративной конкуренции на ближайшие годы.

Методические рекомендации:

На основе изучения основных теоретических положений следует сформулировать собственное обоснованное мнение по проблемам и возможным путям их решения в данной области управления (в зависимости от конкретной постановки вопроса).

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

3. Практическое (прикладное) задание

(заключительный уровень)

Типовая контрольная работа №1 (Темы №1-2)

1.Выберите тему и выступите с устным сообщением и презентацией.

2.Составьте глоссарий на тему «Коммуникационный менеджмент: базовые понятия», состоящий не менее чем из 20 терминов.

3.Разработайте проект информационного письма-предложения потенциальным спонсорам конкретного проекта

(устава) фирмы. Текст письма должен содержать обращение, суть предложения, информацию об организаторах и их компетентности, потенциальных партнерах, об отношении властей, степени участия СМИ, дополнительных выгодах, контактные данные.

Типовая контрольная работа №2 (Темы №3-4)

1.Проанализируйте в контексте коммуникативных процессов систему электронной почты. В какой степени она соответствует коммуникативному процессу? Какие барьеры могут возникнуть при пользовании электронной почтой?

2. Вспомните ситуации, когда вы потерпели фиаско в коммуникациях или когда они оказались неэффективными. На каком из этапов коммуникационного процесса произошел срыв?

3. Составьте рассказ (все слова должны начинаться с одной буквы) на общую тему, находясь в роли: а) инженера; б) бизнесмена; в) офис-менеджера; г) рабочего; д) научного сотрудника.

Типовая контрольная работа №3 (Темы №5-6)

1. Определите и дайте описание структур коммуникации в вашем коллективе.

2. Определите причины возникновения и распространения слухов и дезинформации и способы их нейтрализации на примере конкретной организации.

3. Приведите примеры обмена информацией по вертикали и по горизонтали.

Типовая контрольная работа №4 (Темы №7-9)

1. Спланируйте информационную кампанию для любого предприятия города по плану: краткое описание предприятия; основная проблема предприятия (для чего необходимо проведение информационной кампании); что будет получено от информационной кампании (прогноз); цель информационной кампании; задачи информационной кампании; аудитории кампании; описание хода проекта; описание используемых в информационной кампании средств; предполагаемый бюджет.

2. Схематично изобразите коммуникационный процесс. Отметьте элементы и этапы на изображенной схеме

3. Создайте схему основных факторов конкурентоспособности персонала любой известной вам организации.

Определите их приоритетность для персонала коммуникационного менеджмента. Подберите фактический материал (из литературы и периодической печати), иллюстративно подтверждающий вашу точку зрения. Сделайте прогноз о возможном применении приоритетности указанных факторов и о появлении новых требований к корпоративной конкуренции на ближайшие годы.

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%)

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

Зачёт:

1. Научные истоки коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения.

2. Виды коммуникационных сетей и их базовые характеристики. Формирование коммуникационных сетей.

3. Сущность, виды, специфика современных коммуникаций. Основные парадигмы и подходы к изучению коммуникации.

4. Определение коммуникации. Место коммуникационного менеджмента в общественном устройстве.

5. Информация. Виды информации: основная классификация.
6. Разновидности коммуникационных структур.
7. Источники деловой информации, их достоинства и недостатки.
8. Определения понятия «коммуникативный менеджмент». Составляющие и направления коммуникативного менеджмента.
9. Функции и задачи коммуникационного менеджмента.
10. Концепция коммуникационного менеджмента: основные положения.
11. Сферы применения коммуникационного менеджмента.
12. Коммуникационный менеджмент как управленческая технология.
13. Субъекты ответственности в коммуникационном менеджменте.
14. Преимущества и недостатки коммуникационного менеджмента как информационно-коммуникативной технологии в коммерческой структуре.
15. Организация как коммуникативный субъект. Организация как инициатор коммуникативного процесса.
16. Организационная структура. Типы организационных структур.
17. Коммуникационные проблемы организации. Коммуникационные ресурсы организации.
18. Управление коммуникациями в организациях различного типа.
19. Коммуникационный менеджмент как часть системы управления организацией.
20. Технологическое обеспечение деловой структуры.
21. Коммуникационная безопасность. Информационная защита бизнеса.
22. Определение понятия «внешние коммуникации». Структура внешних коммуникаций в организации в зависимости от типа и отраслевой принадлежности организации.
23. Классификация родовых групп субъектов коммуникационного взаимодействия в обществе. Связи родовых отношений в коммуникационном менеджменте.
24. Связи коммерческой организации с государственными органами.
25. Взаимодействие коммерческой организации с некоммерческими организациями.
26. Взаимодействие коммерческой организации с партнерами.
27. Взаимодействие коммерческой организации с конкурентами.
28. Отношения коммерческих организаций с частными лицами.
29. Внутренние коммуникации организации. Понятие «внутренние коммуникации».
30. Цели коммуникационного общения внутри организации.
31. Формальная структура и нормативные коммуникационные каналы внутри организации.
32. Неформальные коммуникации внутри организации.
33. Стандартизированные и нестандартизированные формы коммуникации внутри компании.
34. Коммуникационные роли в организации. Лидеры мнений и способы их выявления.
35. Типы и формы информационных контактов сотрудников. Иерархия в коммуникации.
36. Понятие «управленческая информация» и ее структура.
37. Документация в организациях различного типа и ее классификация.
38. Информационные ресурсы организации и их типология.
39. Документированная информация и ее свойства. Отличительные качества документов. Свойства документированной информации.

40. Подготовка (составление) текста управленческого документа.
41. Этапы подготовки к разработке программы совершенствования коммуникаций в организации.
42. Принципы эффективной внутриорганизационной коммуникации. Регулирование информационных потоков.
43. Современные информационные технологии, используемые внутри организаций для оптимизации коммуникационного процесса.
44. Технологии коммуникативного воздействия на сотрудников.
45. Информационно-психологические каналы связей с персоналом.
46. Управление формальными коммуникациями: технологии и инструменты.
47. Деловая переписка, деловые разговоры, деловая беседа. Деловое совещание.
48. Управление неформальными коммуникациями: технологии и инструменты.
49. Слухи как вид неформальных коммуникаций. Принципы профилактики возникновения слухов внутри организации.
50. Управление персоналом через неформальные коммуникации. Использование слухов для конструктивного решения организационных проблем.

**Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации
«зачёт/экзамен»**

Критерий оценивания	Шкала оценивания (зачёт)
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
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.	
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.	
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

Лист изменений и дополнений

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