

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 15.03.2024 20:34:29
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС
ФАКУЛЬТЕТ ТАМОЖЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ И БЕЗОПАСНОСТИ
КАФЕДРА ТАМОЖЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ И БЕЗОПАСНОСТИ**

УТВЕРЖДЕНА

решением методической комиссии по
специальности 38.05.01 «Экономическая
безопасность» Северо-Западного
института управления – филиала
РАНХиГС

Протокол от «17» мая 2017 г. № 4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3.2 «Коммуникационный менеджмент»

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

(«КМ»)

(краткое наименование дисциплины)

38.05.01. «Экономическая безопасность»

(код, наименование специальности)

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

(специализация)

ЭКОНОМИСТ

(квалификация)

очная/заочная

(формы обучения)

Год набора - 2018

Санкт-Петербург, 2017 г.

Автор–составитель:

Д-р ист. наук, профессор, профессор Чимаров Сергей Юрьевич
К.воен. наук, доцент

А.И. Начкин

Заведующий кафедрой таможенного администрирования и безопасности кандидат
психологических наук, профессор Чижиков Сергей Михайлович

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--|--|
| УК ОС-4 | Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языках для решения задач профессиональной деятельности | УК ОС-4.1 УК ОС-4.2 УК ОС-4.3 УК ОС-4.4 | Способность провести деловую встречу на русском языке Способность вести деловую переписку на русском языке Способность провести деловую встречу (публичное выступление) на иностранном языке Способность провести деловую переписку на иностранном языке |
| ПК ОС-51 | Способность выявлять и использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики | ПК ОС-51.1 ПК ОС 51.2. | Способность выявлять взаимосвязь и взаимозависимость экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики Способность использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики |

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы

| Профессиональные задачи/ Профессиональные действия | Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|--|--------------------------------|---|
| Сбор, анализ информации в различных открытых источниках для решения системно взаимосвязанных или сложных проблем управления рисками; Оценка альтернативных и комплексных решений по защите экономических ресурсов, анализ и подготовка управленческого решения, контроль реализации поставленных задач; | УК ОС-4.1 | на уровне знаний: о стилистических особенностях представления результатов научной деятельности в устной и письменной форме на государственном и иностранном языках; |
| | УК ОС-4.2 | на уровне умений: следование основным нормам, принятым в научном общении на государственном и иностранном языках; |
| | УК ОС-4.3 | на уровне навыков: владения различными методами, технологиями и типами коммуникаций при осуществлении профессиональной деятельности на государственном и иностранном языках |
| | УК ОС-4.4 | |
| | ПК ОС-51.1 | на уровне знаний: способы выявления взаимосвязь и взаимозависимость экономических и правовых |

| | | |
|--|-------------|--|
| | ПК ОС 51.2. | <p>явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики;</p> <p>- способов использования взаимосвязи и взаимозависимости экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики;</p> <p>На уровне умений:</p> <p>- использовать знания по выявлению взаимосвязи и взаимозависимости экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики;</p> <p>- использовать знания в сфере взаимосвязи и взаимозависимости экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики;</p> <p>На уровне навыков:</p> <p>- применения алгоритма выявления взаимосвязи и взаимозависимости экономических и правовых явлений;</p> <p>- применения алгоритма использования взаимосвязи и взаимозависимости экономических и правовых явлений</p> |
|--|-------------|--|

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 180 академических часов.

Для очной формы обучения трудоемкость контактной работы с преподавателем составляет 54 академических часа (из них 18 часов – лекции, 36 часов – практические занятия), самостоятельной работы – 54 академических часа.

Для заочной формы обучения трудоемкость контактной работы с преподавателем составляет 16 академических часов (из них 6 часов – лекции, 10 часов – практические занятия), самостоятельной работы – 88 академических часов, промежуточный контроль – 4 академических часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.3.2 «Кадровая коммуникационный менеджмент» (4 семестр очной формы обучения, 5 семестр заочной формы обучения) относится к дисциплинам по выбору вариативной части направления подготовки специалистов 38.05.01 «Экономическая безопасность».

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: «Экономическая теория» (Б1.Б.8, 1, 2, 3 семестры), «Психология» (Б1.Б.4), «Информационные системы в экономике» (Б1.Б.6), «Актуальные проблемы государственного и муниципального управления» (Б1.В.ОД.11, 3 семестр), «Культура делового общения» (Б1.Б.32, 3 семестр).

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения обучающимися следующими дисциплинами профессиональной подготовки: «Управление организацией» (Б1.Б.16, 5,6 семестр), «Экономическая безопасность» (Б1.Б.20, 6,7 семестр), «Экономика организации» (Б1.Б.27, 5 семестр).

Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Очная форма обучения

| № п/п | Наименование тем (разделов), | Объем дисциплины, час. | | | | | СР | Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации*** |
|--------|---|------------------------|---|----|----|-----|----|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | КСР | | |
| Тема 1 | Коммуникационный менеджмент: специфика, структура и основные сферы применения. | 8 | 2 | - | 2 | | 4 | УО, СЗ |
| Тема 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации. | 8 | 2 | - | 2 | | 4 | УО |
| Тема 3 | Стратегическое планирование, выбор аудитории и средств коммуникации. | 8 | - | - | 4 | | 4 | УО, СЗ |
| Тема 4 | Коммуникация в организациях. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров. | 8 | 2 | - | 2 | | 4 | УО |
| Тема 5 | Работа с персоналом в кризисных и конфликтных ситуациях. | 10 | - | - | 4 | | 6 | УО |
| Тема 6 | Задачи коммуникационного менеджмента в формировании миссии и корпоративной культуры организации. | 10 | - | - | 4 | | 6 | УО |
| Тема 7 | Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами | 8 | 2 | - | 2 | | 4 | УО |
| Тема 8 | Коммуникационный менеджмент в государственных организациях, политических и общественных организациях. | 10 | 2 | - | 2 | | 6 | УО |

| | | | | | | | | |
|--------------------------|--|------------|-----------|---|-----------|--|-----------|-------|
| Тема 9 | Управление политическим и социальным маркетингом. | 10 | 2 | - | 4 | | 4 | УО |
| Тема 10 | Особенность коммуникационного менеджмента в международной деятельности. | 10 | 2 | - | 4 | | 4 | УО |
| Тема 11 | Основные организационные формы PR в коммуникационном менеджменте. | 8 | 2 | - | 2 | | 4 | УО |
| Тема 12 | Эффективность и пути повышения совместной деятельности специалистов по связям с общественностью, их клиентов и агентств. | 10 | 2 | - | 4 | | 4 | УО,Т |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | зачет |
| Всего: | | 108 | 18 | | 36 | | 54 | |

Условные обозначения: УО – устный опрос, СЗ- решение ситуационных задач, Т – тестирование

Заочная форма обучения

| № п/п | Наименование тем (разделов), | Объем дисциплины, час. | | | | | СР | Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации*** |
|--------|---|------------------------|---|----|----|-----|----|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | КСР | | |
| Тема 1 | Коммуникационный менеджмент: специфика, структура и основные сферы применения. | 10 | 1 | - | 1 | | 8 | УО, СЗ |
| Тема 2 | Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации. | 10 | 1 | - | 1 | | 8 | УО |
| Тема 3 | Стратегическое планирование, выбор аудитории и средств коммуникации. | 9 | 1 | - | 1 | | 7 | УО, СЗ |
| Тема 4 | Коммуникация в организациях. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров. | 9 | 1 | - | 1 | | 7 | УО |

| | | | | | | | | |
|--------------------------|--|------------|----------|---|-----------|-----------|-----------|-------|
| Тема 5 | Работа с персоналом в кризисных и конфликтных ситуациях. | 8 | 1 | - | | | 7 | УО |
| Тема 6 | Задачи коммуникационного менеджмента в формировании миссии и корпоративной культуры организации. | 8 | 1 | - | | | 7 | УО |
| Тема 7 | Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами | 8 | | - | 1 | | 7 | УО |
| Тема 8 | Коммуникационный менеджмент в государственных организациях, политических и общественных организациях. | 8 | | - | 1 | | 7 | УО |
| Тема 9 | Управление политическим и социальным маркетингом. | 8 | | - | 1 | | 7 | УО |
| Тема 10 | Особенность коммуникационного менеджмента в международной деятельности. | 8 | | - | 1 | | 7 | УО |
| Тема 11 | Основные организационные формы PR в коммуникационном менеджменте. | 9 | | - | 1 | | 8 | УО |
| Тема 12 | Эффективность и пути повышения совместной деятельности специалистов по связям с общественностью, их клиентов и агентств. | 9 | | - | 1 | | 8 | УО,Т |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | зачет |
| Всего: | | 108 | 6 | | 10 | 4* | 88 | |

* - не входит в общий объём дисциплины.

Условные обозначения: УО – устный опрос, СЗ- решение ситуационных задач, Т – тестирование

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Коммуникативный менеджмент: специфика, структура и основные сферы применения.

Определение «коммуникативный менеджмент». Смысл управления. Ценностные приоритеты и функции управления. Управление и руководство. Типология управления. Основные принципы управления, их классификация. Теория менеджмента, ее возникновение и развитие. Современные концепции менеджмента, основные понятия и категории, подходы и интерпретации. Специфика коммуникационного менеджмента, его суть, сфера применения, характеристика основных участников. Коммуникационный менеджмент как обязательный компонент общественной жизни. Предмет, основные функции и цели коммуникационного менеджмента. Принципы деятельности специалиста по связям с общественностью в управлении коммуникациями. Прикладная направленность коммуникационного менеджмента.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации

Понятия «информация» и «управление». Коммуникации как объект управления. Управленческая информация - стратегический ресурс организационной среды. Содержание и специфика информационной деятельности в государственных, коммерческих, финансовых и общественных организациях. Классификация коммуникационных процессов. Коммуникационный процесс и информационные технологии. Коммуникационная поддержка бизнеса и политики. Приемы и методы обработки управленческой информации. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации, выявления альтернатив по решению целей. Сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации решений и планов. Формирование бюджета информационной компании, оценка ее эффективности и результата. Типология федеральных, региональных и муниципальных информационных систем в системе органов государственной власти и управления. Информационно-аналитические центры и их роль в процессе принятия управленческих решений. Исследовательские программы изучения информационных потребностей государственных служащих. Средства удовлетворения потребностей граждан в управленческой информации.

Тема 3. Стратегическое планирование, выбор аудитории и средств коммуникации

Планирование как основной инструмент управленческой деятельности. Связь планирования с руководством, мотивацией, коммуникацией и контролем в организационной среде. Виды планирования: стратегическое, тактическое и оперативное планирование в деятельности промышленных корпораций. Медиа-планирование. Характеристика основных носителей рекламных и информационных сообщений. Использование телевидения, прессы, радио, Интернета для воздействия на потребителя сообщений. Медиа - исследования. Основные понятия медиа - планирования. Стоимостные характеристики медиаплана. Выбор типов СМИ и разработка медиапланов и медиакарт. Исходные данные для медиа- планирования. Выбор аудиторий и средств коммуникации в определенной организационной среде. Организация работ по реализации различных видов управленческих решений на основе информации, полученной в рамках организационной коммуникации с внешней и внутренней средой.

Тема 4. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров. Коммуникация в организациях.

Понятие и типология организаций. Связи с общественностью как многоканальная коммуникационная система. Общение как базовое понятие коммуникационного менеджмента. Виды публичного общения. Основные виды коммуникации. Особенности межличностной, специализированной (деловой) и массовой коммуникации. PR как особый вид коммуникативной политики в организациях. Понятие об устной, печатной, аудиовизуальной коммуникации. Формы вербальной (устной и письменной) коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров и их адаптации. Проблемы повышения квалификации и переподготовки кадров, качество и эффективность их работы. Организация коммуникаций при продвижении сотрудников по службе или их увольнении. Эффективность внутриорганизационной коммуникации. Методы информирования, убеждения, внушения. Средства и методы внутриорганизационной коммуникации. Моделирование коммуникативного пространства. Специфика уровней коммуникаций в государственных учреждениях федерального и муниципального управления, подбор и расстановка кадров государственных служащих.

Тема 5. Работа с персоналом в кризисных и конфликтных ситуациях.

Понятия «кризис», «конфликт», «риск». Типология организационных кризисов и конфликтов. Основные направления деятельности специалистов по коммуникационному менеджменту в кризисных и конфликтных ситуациях. Упреждение и решение публичных конфликтов. Типология кризисных ситуаций в публичном общении. Аспекты взаимодействия топ - менеджеров с персоналом в кризисной ситуации. PR-службы в крупных промышленных корпорациях и банках, их роль в разрешении или предотвращении кризиса. Глубина и действенность PR- воздействия в ситуации кризиса. Средства публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия. Специализированные консалтинговые PR-фирмы и их помощь при разрешении кризисной или конфликтной ситуации. Методы антикризисного управления: коммуникативный, социально-психологический, организационный. Управление коммуникационным процессом при разрешении конфликтов в рабочих коллективах.

Тема 6. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании миссии и корпоративной культуры организации

Культура управленческого общения. Основные модели управленческого общения: административно-управленческое, деловое, служебно-товарищеское, дружеское. Авторитет и престиж менеджера. Понятия миссии, корпоративной культуры и фирменного стиля организации. Формирование и изменение ценностей корпоративной культуры. Типы корпоративной культуры, ее структура и отличия от организационной культуры. Коммуникативные технологии, приемы и методы формирования эффективной корпоративной культуры. Коммуникативные процессы формирования позитивной общественной репутации организации. Сегментация потребителей и выбор целевого рынка как стратегическая задача коммуникативного менеджмента. Коммуникативный аудит и коммуникационный менеджмент в маркетинге. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран. Глобализация и современные задачи коммуникационного менеджмента.

Тема 7. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами

Характеристика клиентов, конкурентов, инвесторов как значимых целевых групп общественности. Их функции, цели и задачи в современном бизнесе. Предоставление информационных услуг клиентам и инвесторам. Мониторинг клиентской базы и предоставляемой ими информации. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. СМИ как канал связей с клиентами, инвесторами и другими группами общественности. Место и роль средств массовой информации в социальных коммуникациях. Содержание, функции и принципы деятельности. Формы подачи материалов в прессе и электронных СМИ, использование контр - рекламы и слухов в борьбе с конкурентами. Проблемы манипуляции, дезинформации, информационного вакуума в работе с потребительской аудиторией. Борьба со слухами. Виды информационных материалов, предоставляемых организацией для непосредственной коммуникации с клиентами и инвесторами. Переговоры, private беседы, форумы, деловые встречи и их использование в коммуникационном менеджменте.

Тема 8. Коммуникационный менеджмент в государственных, политических и общественных организациях

Понятие государственная и общественно-политическая организация. Особенности коммуникационного менеджмента государственного предприятия. Типология общественно-политических организаций. Подходы и концепции к анализу коммуникационного менеджмента в политической сфере. Органы государственной власти и управления – специфический социальный институт, его место и роль в системе социальных коммуникаций. Коммуникационный менеджмент органов публичной власти. Содержание деятельности по связям с общественностью в органах исполнительной, законодательной и судебной власти. Задачи информационного обеспечения государственного и политического управления. Политический и социальный маркетинг. Целевые группы общественности государственных, политических и общественных организаций, учет их приоритетов и мнений. Коммуникационный менеджмент в органах муниципальной власти и местного самоуправления. Структура государственной организации. Объект и субъект коммуникационного менеджмента общественных организаций. Функции государственного коммуникационного менеджмента в современном обществе. Его роль в формировании общественных настроений.

Тема 9. Управление политическим и социальным маркетингом.

Категории «политический маркетинг» и «социальный маркетинг». Организация и деятельность политического маркетинга. Особенности управления социальным маркетингом. Проблемы правового регулирования информационной деятельностью при продаже политического лидера в период избирательной кампании. Общественный контроль, осуществляемый группами интересов за деятельностью специалистов политического и социального маркетинга на федеральном и региональном уровнях властной вертикали в России. Социальные и политические функции коммуникационного менеджмента. Современный российский рынок коммуникационных услуг. Деятельность консультативного агентства. Взаимодействие между консультантом и клиентом крупной корпорации. Лоббизм как инструмент коммуникационного менеджмента во взаимоотношениях власти и бизнеса. Интернет и его использование в политическом маркетинге.

Тема 10. Особенность коммуникационного менеджмента в международной деятельности.

Специфика коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Коммуникационный менеджмент во внешнеполитических ведомствах: роль, особенности, тенденции развития. Формирование и управление информационной политики транснациональных корпораций и международных организаций: основные направления и цели. Формирование единого мирового коммуникационного и информационного пространства как условие эффективной межкультурной и политической коммуникации стран и народов. Международный информационный обмен и информационная безопасность. Доктрина информационной безопасности РФ. Защита информации с ограниченным доступом и прав на нее. Государственная тайна. Коммерческая тайна. Банковская тайна. Профессиональная тайна. Защита личности, общества и государства от воздействия вредной информации. Международные гарантии плюрализма мнений. Проблема финансовой свободы и экономической зависимости мировых информационных агентств. Предпосылки и условия получения достоверной информации в глобальном масштабе.

Тема 11. Основные организационные формы PR в коммуникационном менеджменте.

Управленческая деятельность как специфический вид профессиональной деятельности. Профессиональная пригодность и профессиональная компетентность специалистов. Гуманитарные технологии и их классификация. Технологии индивидуальной работы с работниками. Персональное и корпоративное честолюбие. Основные формы работы с персоналом. Характеристика основных форм работы PR - специалистов в коммуникационном менеджменте. Специфика внутренних средств коммуникации в организации, их разнообразие и функции. Представительские и специальные мероприятия. Презентации. Церемонии, корпоративные праздники, конкурсы и открытия новых цехов или производственных линий. Съезды и конференции. Вручение специальных премий. Выпуск фирменных и внутрифирменных периодических изданий. Организация и проведение пресс-конференций. Дни открытых дверей. Экскурсии. Выставки. Торговые ярмарки. Использование в коммуникативном менеджменте полиграфии, фото-, кино-, видео-, аудио- и электронных средств. Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом. Корпоративные праздники как инструмент формирования корпоративной культуры. Внутрифирменные издания как средство формирования и продвижения корпоративного имиджа. Планирование и реализация коммуникационной программы работы с персоналом.

Тема 12. Эффективность и пути повышения совместной деятельности специалистов по связям с общественностью, их клиентов и агентств.

Интеллектуализация коммуникационного менеджмента. Консультанты и советники. Аналитические методы и развитие творчества и инициативы сотрудника. Основные принципы стимулирования эффективной трудовой деятельности. Понятие «эффективность». Характеристика способов коммуникативной деятельности. Условия и предпосылки эффективной деятельности PR- специалистов, PR- агентств на межличностном и массовом уровнях коммуникации. Фасилитация - метод повышения эффективности групповой работы и его использование для повышения производительности труда персонала промышленных предприятий. Медиация - креативный метод решения управленческих проблем в кризисной или конфликтной ситуации. Написание и распространение информационных документов в среде клиентов и партнеров по бизнесу или избирательному блоку политических партий. Организация и содержание пресс-конференций, брифингов и презентаций. Организация массовых мероприятий: фестивалей, юбилеев, торжественных вечеров, благотворительных концертов. Критерии оценки эффективности коммуникационной деятельности специалистов по связям с общественностью.

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации:

Тестирование (Т): осуществляется с использованием опросника, содержащего варианты ответов;

Устный опрос (УО).

Ситуационная задача (СЗ)

Зачет (З): Устный опрос по экзаменационным билетам

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Коммуникационный менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема (раздел) | Формы (методы) текущего контроля успеваемости |
|--|---|
| <i>Тема 1. Коммуникационный менеджмент: специфика, структура и основные сферы применения.</i> | УО, СЗ |
| <i>Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации.</i> | УО |
| <i>Тема 3 Стратегическое планирование, выбор аудитории и средств коммуникации.</i> | УО, СЗ |
| <i>Тема 4 Коммуникация в организациях. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров.</i> | УО |
| <i>Тема 5 Работа с персоналом в кризисных и конфликтных ситуациях</i> | УО |
| <i>Тема 6 Задачи коммуникационного менеджмента в формировании миссии и корпоративной культуры организации.</i> | УО |
| <i>Тема 7 Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами</i> | УО |

| | |
|---|------|
| <i>Тема 8 Коммуникационный менеджмент в государственных организациях, политических и общественных организациях.</i> | УО |
| <i>Тема 9 Управление политическим и социальным маркетингом.</i> | УО |
| <i>Тема 10 Особенность коммуникационного менеджмента в международной деятельности</i> | УО |
| <i>Тема 11 Основные организационные формы PR в коммуникационном менеджменте.</i> | УО |
| <i>Тема 12 Эффективность и пути повышения совместной деятельности специалистов по связям с общественностью, их клиентов и агентств.</i> | УО,Т |

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов:

Зачет: устный опрос по зачетным билетам. В каждом билете не менее 2-х вопросов. Один вопрос теоретической направленности, второй – практической направленности.

4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Полный перечень типовых оценочных материалов находится на Кафедре экономики и финансов.

Типовые оценочные материалы по теме 1 «Коммуникационный менеджмент: специфика, структура и основные сферы применения»:

Вопросы для устного опроса:

1. Выяснить время появления и персоналии тех, кем была разработана теория менеджмента.
2. Назвать основные теоретические концепции теории менеджмента, которые получили развитие и реализацию в XX веке.
3. Раскрыть содержание и основные отличия современных концепций менеджмента от классических теорий.
4. Выявить основные отличия коммуникационного менеджмента от других видов — организационного, инновационного и стратегического менеджмента.
5. Теория менеджмента, ее возникновение и развитие.
6. Основные понятия и категории, подходы и интерпретации менеджмента организации.
7. Специфика коммуникационного менеджмента, его суть, сфера применения, характеристика основных участников.
8. Коммуникационный менеджмент как обязательный компонент общественной жизни.

Пример ситуационной задачи по теме:

Задание 1. Используя графически выполненную структуру фирмы, организации, где Вы работаете, заимствуя структуру из учебного пособия, или придуманную Вами на основании цифровых обозначений субъектов и объектов управления, смоделируйте коммуникации, дав их характеристику по следующим видам: вертикальные, горизонтальные, прямые, обратные, восходящие, нисходящие, устно, письменные, формальные, неформальные и т.п.

Типовые оценочные материалы по теме 2 «Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации.»:

Вопросы для устного опроса:

1. Основные элементы коммуникативного процесса в какой-либо организации: органе государственной власти, промышленной фирмы или банке, страховой компании
2. Схема горизонтальных и вертикальных, централизованных и децентрализованных, восходящих и нисходящих коммуникаций организаций.
3. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран.
4. Глобализация и современные задачи коммуникационного менеджмента.

Типовые оценочные материалы по теме 3 «Стратегическое планирование, выбор аудитории и средств коммуникации»:

Вопросы для устного опроса:

1. Виды планирования.
2. Специфика медиа – планирования по эффективному использованию СМИ.
3. Структура, основные элементы и функции медиакарты.
4. Выбор аудиторий и средств коммуникации в определенной организационной среде.
5. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в организации.
6. Структура и элементы коммуникативного процесса.
7. Управление коммуникацией в организации как процессом производства, распространения и использования информации.

Пример ситуационной задачи по теме:

Задание.

Проанализируйте приведенные в табл. 1 средства невербального общения. Определите, какие из них относятся к кинесическим, просодическим, экстралингвистическим, такесическим и проксеимическим, заполнив соответствующий столбец табл. 6.1.

Таблица .1

Средства невербального общения и их классификация

| № | Невербальные средства общения | Группы невербальных средств общения |
|----|-------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Рукожатание | |
| 2 | Взгляд | |
| 3 | Дистанция между собеседующими | |
| 4 | Поза | |
| 5 | Пыль | |
| 6 | Мимика | |
| 7 | Пальцывание по плечу | |
| 8 | Угол общения партнеров | |
| 9 | Паузы | |
| 10 | Волны | |
| 11 | Вздохи | |
| 12 | Поклоны | |
| 13 | Тембр речи | |
| 14 | Жесты | |
| 15 | Пощелки | |
| 16 | Интонация | |

Ответ:

- 1) кинесические: 4, 6, 10,14;
- 2) просодические: 13, 16;
- 3) экстралингвистические: 2, 5, 9, 11, 12;
- 4) такесические: 1, 7,15;
- 5) проксемические: 3, 8.

Типовые оценочные материалы по теме 4 «Коммуникация в организациях.

Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров.»:

Вопросы для устного опроса:

1. Виды технологического взаимодействия подразделений. Зависимость между технологией, структурой и эффективностью организации.
2. Связь стратегии и организационной культуры. Типы организационных культур и стратегий. Рыночная стратегия как фактор типологии организаций.
3. Типы отношений власти и способы принятия решений в организациях как критерии их классификации.
- 4 Управление коммуникацией в организации как процессом производства, распространения и использования информации.
- 5.Специфика коммуникационного менеджмента в различных типах организаций: промышленных, финансовых, государственных, общественных.
- 6.Роль специалиста по коммуникационному менеджменту в подборе персонала для работы в государственной службе.
- 7.Методы подбора, оценки и расстановки персонала на основе полученной информации.
- 8.Коммуникационные барьеры и способы их преодоления во время собеседования при приеме или увольнении

Типовые оценочные материалы по теме 5 «Работа с персоналом в кризисных и конфликтных ситуациях.»:

Вопросы для устного опроса:

- 1.Аспекты взаимодействия топ - менеджеров с персоналом в кризисной ситуации.

2. PR-службы в крупных промышленных корпорациях и банках, их роль в разрешении или предотвращении кризиса.
3. Глубина и действенность PR- воздействия в ситуации кризиса.
4. Средства публичной коммуникации.
5. Методы коммуникативного воздействия.
6. Методы антикризисного управления.

Типовые оценочные материалы по теме 6 «Задачи коммуникационного менеджмента в формировании миссии и корпоративной культуры организации»:

Вопросы для устного опроса:

1. Понятия миссии, корпоративной культуры и фирменного стиля организации.
2. Формирование и изменение ценностей корпоративной культуры.
3. Коммуникативные технологии, приемы и методы формирования эффективной корпоративной культуры.
4. Природа коммуникаций в организациях. Внутренняя функция коммуникаций.
5. Обратная связь. Коммуникации и процессы принятия решений.
6. Ограничение потоков сообщений и информационная перегрузка. Искажения и потери информации. Нехватка информации в канале отрицательной обратной связи. Коммуникационные барьеры в организациях: психологические, культурные, лингвистические, роли и статуса и т.д.
7. Коммуникационные сети в организациях и их модели: личностные сети, сети групп, сети организации. Анализ коммуникационных сетей

Типовые оценочные материалы по теме 7 «Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами»:

Вопросы для устного опроса:

1. Основные модели управленческого общения: административно-управленческое, деловое, служебно-товарищеское, дружеское.
3. Авторитет и престиж менеджера.
4. Коммуникативные процессы формирования позитивной общественной репутации организации.
5. Сегментация потребителей и выбор целевого рынка как стратегическая задача коммуникативного менеджмента.
6. Коммуникативный аудит и коммуникационный менеджмент

Типовые оценочные материалы по теме 8 «Коммуникационный менеджмент в государственных организациях, политических и общественных организациях»:

Вопросы для устного опроса:

1. Место и роль средств массовой информации в социальных коммуникациях.
2. Формы подачи материалов в прессе и электронных СМИ, использование контррекламы и слухов в борьбе с конкурентами.
3. Виды информационных материалов, предоставляемых органами государственной и муниципальной власти для непосредственной коммуникации с различными группами населения.
4. Переговоры, приватные беседы, форумы, деловые встречи и их использование в коммуникационном менеджменте.

Типовые оценочные материалы по теме 9 «Управление политическим и социальным маркетингом»:

Вопросы для устного опроса:

1. Взаимодействие между консультантом и клиентом крупной корпорации.

2. Организация и деятельность политического маркетинга.
3. Особенности управления социальным маркетингом.
4. Проблемы правового регулирования информационной деятельностью при продаже политического лидера в период избирательной кампании.

Типовые оценочные материалы по теме 10 «Особенность коммуникационного менеджмента в международной деятельности»:

Вопросы для устного опроса:

1. Защита информации с ограниченным доступом и прав на нее.
2. Государственная тайна. Коммерческая тайна. Банковская тайна. Профессиональная тайна.
3. Защита личности, общества и государства от воздействия вредной информации.
4. Международные гарантии плюрализма мнений.
5. Проблема финансовой свободы и экономической зависимости мировых информационных агентств.
6. Предпосылки и условия получения достоверной информации в глобальном масштабе.

Типовые оценочные материалы по теме 11 «Основные организационные формы PR в коммуникационном менеджменте»:

1. Управленческая деятельность как специфический вид профессиональной деятельности.
2. Профессиональная пригодность и профессиональная компетентность специалистов.
3. Гуманитарные технологии и их классификация.
4. Технологии индивидуальной работы с работниками.
5. Персональное и корпоративное честолюбие.
6. Основные формы работы с персоналом.
7. Характеристика основных форм работы PR - специалистов в коммуникационном менеджменте.

Типовые оценочные материалы по теме 12 «Эффективность и пути повышения совместной деятельности специалистов по связям с общественностью, их клиентов и агентств.»:

Вопросы для устного опроса:

1. Интеллектуализация коммуникационного менеджмента.
2. Консультанты и советники.
3. Аналитические методы и развитие творчества и инициативы сотрудника.
4. Основные принципы стимулирования эффективной трудовой деятельности

Пример тестовых вопросов:

Вид коммуникации, когда распространения информации осуществляется посредством печати

- 1) деловая;
- 2) межличностная;
- 3) массовая;
- 4) политическая

Правильный ответ: 3

Схема расчета рейтинговых баллов по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

по специальности 38.05.01. Экономическая безопасность»

| Недели | Виды учебных | Посещение | Письменные работы | Устные выступления | Компенсирующие | Промежуто | Итого (максималь |
|--------|--------------|-----------|-------------------|--------------------|----------------|-----------|------------------|
|--------|--------------|-----------|-------------------|--------------------|----------------|-----------|------------------|

| | занятий (лекции/семинары) | учебных занятий | Контр ольны е | Решени е ситуац ионной задачи | Тести рован ие | Роле вые игры | Опрос | задания (сверх расчетных 100 баллов) | чная аттест ация | но- расчетное количество баллов) |
|---|--------------------------------|--------------------|---------------------|---|----------------------|---------------------|-------|--|------------------------|---|
| Кол-во баллов за 1 вид мероприяти я | | | | | | | | | | |
| 1 | лекция | 1 | | | | | | | | |
| 2 | семинар | 1 | | 4/5 | | | 2 | 1 (эссе) | | |
| 3 | лекция | 1 | | | | | | | | |
| 4 | лекция | 1 | | | | | | | | Σ за 4 недели =8/9 |
| 5 | семинар | 1 | | 4/5 | | | 2 | 1 (эссе) | | |
| 6 | семинар | 1 | | 4/5 | | | 2 | 1 (эссе) | | |
| 7 | лекция | 1 | | | | | | | | |
| 8 | лекция | 1 | | | | | | | | Σ за 8 недель =25/29 |
| 9 | семинар | 1 | | 4/5 | | | 2 | 1 (эссе) | | |
| | Текущий* контроль 1 | | | | | | | | | 29 |
| 10 | семинар | 1 | | 4/5 | | | 2 | 1 (эссе) | | |
| 11 | лекция | 1 | | | | | | | | |
| 12 | лекция | 1 | | | | | | | | Σ за 12 недель = 37/42 |
| 13 | лекция | 1 | | 4/5 | | | 2 | 1 (эссе) | | |
| 14 | | 1 | | 4/5 | | | 3 | 1 (эссе) | | |
| 15 | лекция | 1 | | | | | | | | |
| 16 | семинар | 1 | | 4/5**** | | | 5 | 1 (эссе) | | Σ за 16 недель 64/76 |
| | Текущий* * контроль 2 | | | | | | | | 24 | 24 |
| Всего за семестр (баллов) | | 16 | | 32/40 | | | 20 | 8 | 24 | 100 |

*Количество баллов, достаточное для аттестации текущего контроля

**Количество баллов, достаточное для возможного освобождения от промежуточной аттестации

*** возможна замена на результаты тестирования

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--|--|
| УК ОС-4 | Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языках для решения задач профессиональной деятельности | УК ОС-4.1 УК ОС-4.2 УК ОС-4.3 УК ОС-4.4 | Способность провести деловую встречу на русском языке Способность вести деловую переписку на русском языке Способность провести деловую встречу (публичное выступление) на иностранном языке Способность провести деловую переписку на иностранном языке |
| ПК ОС-51 | Способность выявлять и использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики | ПК ОС-51.1 ПК ОС 51.2. | Способность выявлять взаимосвязь и взаимозависимость экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики Способность использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и правовых явлений при выявлении и раскрытии преступлений в сфере экономики |

Перечень вопросов для подготовки к зачету

Вопросы теоретической направленности:

1. Адаптация кадров: виды, формы, сроки. Основные цели адаптации.
2. Базовые элементы корпоративной культуры: источники и традиции, оценка современного состояния и развития корпоративного воспитания.
3. Барьеры в межличностных коммуникациях и пути их преодоления.
4. Виды и формы преследования на рабочем месте.
5. Виды конфликтов в организации и причины их возникновения.
6. Внешние и внутренние вызовы и угрозы, оказывающие влияние на безопасность компании.
7. Внутренние и внешние источники привлечения кандидатов.
8. Группа риска синдрома профессионального выгорания.
9. Законодательство РФ о защите персональных данных.
10. Защита компании от разглашения сотрудниками конфиденциальной информации.

11. Кадровое обеспечение организационных инноваций.
12. Кадровые перемещения и рокировки персонала.
13. Ключевые моменты, определяющие кадровую безопасность компании.
14. Ключевые элементы передовой кадровой стратегии.
15. Кодекс корпоративного управления и поведения.
16. Концепция кадрового развития компании.
17. Корпоративная стратегия управления человеческими ресурсами как основа кадровой политики.
18. Корпоративный кодекс поведения сотрудников как элемент кадровой безопасности.
19. Методики отбора кадров.
20. Методы воздействия на персонал для обеспечения безопасности, нормы и регламенты.
21. Методы оптимизации психологических состояний человека в труде.
22. Модель успешного проведения организационных изменений Л. Грейнера.
23. Мотивы профессиональной деятельности.
24. Научно-методические принципы подбора персонала.
25. Обучение и развитие персонала.
26. Общие меры предотвращения отрицательных влияний групп риска для безопасности предприятия.
27. Организационно-правовые основы кадровой политики в Российской Федерации.
28. Основания для проведения служебного расследования.
29. Основные группы критериев кадровой безопасности.
30. Основные группы риска: выявление, методы работы с ними.
31. Основные каналы и способы получения информации о кадрах.
32. Основные причины угроз персонала.
33. Основные субъекты кадровой политики, их функции, полномочия и сфера деятельности.
34. Основные теоретические подходы к кадровому менеджменту.
35. Основные требования Федерального закона от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» и правовых актов-регуляторов в части защиты персональных данных.
36. Основные элементы процесса кадрового планирования, цель и структура.
37. Основные этапы развития человека как субъекта труда.
38. Особенности проведения внутреннего расследования для по наиболее характерным противоправным действиями сотрудников (хищение, коммерческий подкуп, мошенничество, разглашение информации, увод клиентов и т.д.).
39. Особенности формирования кадровой политики, ориентированной на организацию социального управления, приоритет социальных ценностей.
40. Отношение к ценности и ценностям компании: скрытое и явное.
41. Правовые аспекты обеспечения кадровой безопасности персонала.
42. Предупреждение, разрешение и управление конфликтами в организации.
43. Противоправные действия сотрудников, ответственность за которые предусмотрена УК РФ, КОАП, ТК РФ и основные способы защиты от них.
44. Профессиональные деформации личности.
45. Профессиональные конфликты и их преодоление.
46. Профессиональные обязанности менеджера по кадрам и персоналу.
47. Модели корпоративных компетенций для компании.
48. Модели корпоративных компетенций.
49. Профиль успешного топ-менеджера по работе с персоналом.
50. Роль и место кадровой безопасности в системе управления персоналом.

51. Роль руководства в урегулировании конфликтов и трудовых споров.
52. Роль современной корпоративной идеологии, этики и корпоративной безопасности в решении стратегических проблем компании.
53. Смысл внедрения и механизм формирования корпоративной культуры как комплекса ценностей, норм и принципов.
54. Современное законодательство о правах работников.
55. Современные концепции кадровой безопасности.
56. Социологический мониторинг кадрового потенциала организации и факторов его эффективного использования.
57. Стимулы и мотивационные факторы, направленные на усиление лояльности персонала.
58. Структура управления кадрами в современных организациях (крупных корпорациях, малом и среднем бизнесе).
59. Сущность организационных инноваций как разновидности системных изменений и их своеобразие.
60. Традиционные и инновационные схемы работы с персоналом.
61. Трудовая мотивация и удовлетворенность трудом.
62. Факторы, влияющие на лояльность сотрудника.
63. Факторы, влияющие на эффективность систем безопасности персонала.
64. Фильтры приема на работу.
65. Функции и последствия конфликтов в организации.
66. Функции учета, хранения, обработки и анализа кадровой информации.
67. Функция кадровой службы по формированию, сохранению и развитию персонала.
68. Ценности, цели, принципы управления человеческими ресурсами: мировой опыт эффективных трудовых организаций.
69. Этнические проблемы в трудовых отношениях.
70. Эффективная рабочая культура и среда.

Задание 1

Проанализируйте приведенные в табл. 6.1 средства невербального общения. Определите, какие из них относятся к кинесическим, просодическим, экстралингвистическим, такесическим и проксемическим, заполнив соответствующий столбец табл.1.

Таблица 1

Средства невербального общения и их классификация

| № | Невербальные средства общения | Группы невербальных средств общения |
|----|-------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Рукожатание | |
| 2 | Взгляд | |
| 3 | Дистанция между собеседующими | |
| 4 | Поза | |
| 5 | Посыл | |
| 6 | Мимика | |
| 7 | Поклонывание головой | |
| 8 | Уход общения партнеров | |
| 9 | Пары | |
| 10 | Волны | |
| 11 | Вздохи | |
| 12 | Поклонывание | |
| 13 | Тамп раны | |
| 14 | Жесты | |
| 15 | Пощелуб | |
| 16 | Интонация | |

Ответ:

- 1) кинесические: 4, 6, 10,14;
- 2) просодические: 13, 16;
- 3) экстралингвистические: 2, 5, 9, 11, 12;
- 4) такесические: 1, 7,15;
- 5) проксемические: 3, 8.

Задание 2

Цель.

Овладеть навыками анализа проксемических средств невербального общения.

Задание.

Определите, для какого вида дистанции характерны приведенные в табл.

2 расстояния между общающимися.

Таблица 2

Виды дистанции

| № | Расстояние между общающимися | Вид дистанции |
|---|------------------------------|---------------|
| 1 | Более 350 см | |
| 2 | 50-120 см | |
| 3 | 15-90 см | |
| 4 | 120-350 см | |

Ответ:

- 1) публичная дистанция;
- 2) персональная дистанция;
- 3) интимная дистанция;
- 4) социальная дистанция.

Задание 3

Цель.

Развить навыки анализа проксемических средств невербального общения.

Задание.

Определите, какой вид дистанции характеризует каждый из приведенных в табл..3 типов общения, и заполните таблицу.

Таблица 3.

Тип общения и вид дистанции

| № | Тип общения | Вид дистанции |
|---|---|---------------|
| 1 | Многочисленное общение, общение с друзьями, коллегами, незнакомыми людьми | |
| 2 | Поступление перед деловыми партнерами | |
| 3 | Общение с членами семьи, друзьями | |
| 4 | Общение с близкими людьми | |

Ответ:

- 1) социальная дистанция;
- 2) публичная дистанция;
- 3) интимная дистанция;
- 4) персональная (личностная) дистанция.

Задание 4

Цель.

Развить навыки анализа проксемических средств невербального общения.

Задание.

Определите, для какого типа общения характерны приведенные в табл.4 расстояния между общающимися, и заполните таблицу.

Таблица 4.

Тип общения

| № | Расстояние между общающимися | Тип общения |
|---|------------------------------|-------------|
| 1 | 50-70 см | |
| 2 | Свыше 250 см | |
| 3 | 100-150 см | |
| 4 | 15-50 см | |

Ответ:

- 1) общение со знакомыми людьми;
- 2) обезличенные и формальные разговоры;
- 3) дискуссии между коллегами;
- 4) общение самых близких людей.

Задание 5

Цель.

Овладеть навыками анализа конкретной ситуации из практики деятельности организации и научиться определять виды коммуникации.

Задание.

Проанализируйте следующую ситуацию и определите, о каких коммуникациях идет речь. Ситуация.

В процессе оргпроектирования создается организационная структура управления, а также разрабатываются положения о подразделениях аппарата управления. В каждом из них обязательно должен присутствовать раздел: «Взаимоотношения с другими подразделениями организации».

Ответ: формальные горизонтальные коммуникации.

Задание 6

Цель.

Развить навыки анализа практической ситуации и научиться выявлять различные виды коммуникаций.

Задание.

Проанализируйте следующую ситуацию из практики деятельности компании и определите, о каких коммуникациях идет речь. Ситуация.

В компании AT&T разработана программа по управлению производительностью. Важной частью этой программы выступает разработка и распространение внутри компании специальных вопросников.

В анкетах, которые раздаются всем сотрудникам одного подразделения, затрагиваются такие вопросы, как:

- уважение к работнику,
- стремление оказать активную помощь клиенту,
- работа в команде,
- инновации и высокие этические нормы.

Результаты этого опроса, получаемые руководителем, по сути своей являются проявлением обратной связи от его подразделения. Руководитель анализирует эти результаты, затем конфиденциально обсуждает их с фасилитатором, после чего они выносятся на обсуждение общего собрания коллектива подразделения.

Ответ: система восходящих коммуникаций.

Задание 7

Цель.

Развить навыки анализа различных видов коммуникаций и закрепить знания о целях, которые они преследуют.

Задание.

Проанализируйте приведенные в табл. 5 цели различных коммуникаций. Определите, какие из них ставят перед собой нисходящие, восходящие, горизонтальные и диагональные коммуникации, и заполните таблицу.

Таблица 5.

Цели и виды коммуникаций

| № | Цели коммуникаций | Виды коммуникации |
|----|---|-------------------|
| 1 | Посылая задания и инструкции | |
| 2 | Мотивация работ подразделения и рынка управления | |
| 3 | Получение обратной связи и информации о состоянии текущей работы | |
| 4 | Мотивация и обучение подразделения и рынка управления для достижения поставленных целей | |
| 5 | Обеспечение обратной связи и получение задания | |
| 6 | Обеспечение обратной связи для выявления проблем в работе | |
| 7 | Эффективное использование всех видов ресурсов организации | |
| 8 | Разрешение конфликтов и конфликт в организации | |
| 9 | Изучение мнения персонала по возникающей проблеме | |
| 10 | Обмен информацией | |
| 11 | Обеспечение социальной поддержки подчиненным | |
| 12 | Мотивация по выполнению работы | |
| 13 | Разрешение групповых конфликтов | |
| 14 | Привлечение персонала к решению проблем | |

Ответ:

- 1) 1, 6, 7, 11, 12, 13, 14 – цели нисходящих коммуникаций;
- 2) 2, 4, 7, 8, 10, 14 – цели горизонтальных коммуникаций;
- 3) 3, 5, 7, 9, 13, 14 – цели восходящих коммуникаций;
- 4) 4, 7, 14 – цели диагональных коммуникаций.

Задание 8

Цель.

Развить навыки анализа различных видов коммуникаций и закрепить знания о том, какая информация передается по их каналам.

Задание.

Проанализируйте перечисленные в табл. 6 виды передаваемой в сообщении информации. Определите, о каких коммуникациях (нисходящих, восходящих, горизонтальных, диагональных) идет речь, и заполните таблицу.

Таблица 6.

Виды информации и виды коммуникаций

| № | Виды информации | Виды коммуникаций |
|----|--|-------------------|
| 1 | Информация в бюджете организации | |
| 2 | Предложения об улучшении деятельности подразделения (или организации) в целом | |
| 3 | Информация о предпочтениях клиентов в системе менеджмента | |
| 4 | Предложения в области продаж в компании (организации) или о новых рынках сбыта продукции | |
| 5 | Специальные консультации по решению конкретной проблемы | |
| 6 | Инициативы в области маркетинга | |
| 7 | Дипломаты (формальные) | |
| 8 | Предложения по изменению структуры организации в организационном плане | |
| 9 | Инициативы в области маркетинга на внешнем рынке | |
| 10 | Инициативы в области маркетинга (управления) в целом | |
| 11 | Инициативы в области маркетинга в компании | |
| 12 | Инициативы в области маркетинга в рамках группы | |
| 13 | Инициативы в области маркетинга подразделения в компании | |
| 14 | Инициативы в области маркетинга (управления) в подразделении (структурном подразделении) | |
| 15 | Предложения в отношении деятельности подразделения и рынка сбыта продукции в организации | |
| 16 | Инициативы в области маркетинга (управления) в подразделении | |
| 17 | Мнения подчиненных на совещаниях и в беседах | |

Ответ:

- 1) 1,3, 6, 7, 9,11, 13,14,15 – нисходящие коммуникации;
- 2) 2, 5, 8,10, 12,15,16, 17 – восходящие коммуникации;
- 3) 4, 8, 15 – горизонтальные коммуникации;
- 4) 5, 8, 15 – диагональные коммуникации.

Задание 9

Цель.

Овладеть навыками анализа коммуникационных барьеров.

Задание.

Проанализируйте приведенные в табл. 7 помехи при общении. Определите, проявлением какого барьера является каждая из них, и заполните таблицу.

Таблица 7.

Помехи и барьеры

| № | Препятствие | Барьер |
|----|---|--------|
| 1 | Различия в понимании делового этикета представителями различных культур | |
| 2 | Неиспользование делового этикета | |
| 3 | Различия в понимании делового этикета представителями различных культур | |
| 4 | Наличие барьеров в виде различий в структуре организации | |
| 5 | Частое использование языка жестов и мимики представителями различных культур | |
| 6 | Отсутствие у собеседника времени на то, чтобы высказать мнение по определенному вопросу | |
| 7 | Различия в понимании делового этикета представителями различных культур | |
| 8 | Полное отсутствие взаимности в общении | |
| 9 | Отсутствие ритмичной деятельности работников в подразделении или в организации | |
| 10 | Различия в понимании делового этикета представителями различных культур | |
| 11 | Неумение слушать собеседника | |
| 12 | Различия в понимании делового этикета представителями различных культур | |

Ответ:

- 1) 1,12 – культурные различия;
- 2) 2, 5, 8,11 – личностный барьер;
- 3) 3,10 – языковой барьер;
- 4) 4, 9 – организационный барьер;
- 5) 6 – временной барьер;
- 6) 7 – физический барьер.

Задание 10

Цель.

Проверить свои знания о коммуникациях.

Задание.

Проанализируйте приведенные ниже утверждения и укажите, какие из них верны, а какие нет.

1. Коммуникации – важнейшая составная часть деятельности менеджеров.
2. Успех коммуникации зависит от того, насколько внимательно собеседники слушают друг друга.
3. Наличие обратной связи делает процесс коммуникации двусторонним.
4. Коммуникации, осуществляемые с помощью технических средств и информационных технологий, наиболее значимы для изучения организационного поведения.
5. Выбор носителя информации в процессе коммуникации не зависит от характера управленческих проблем.
6. Чтобы уточнить мнение собеседника, следует задавать ему как можно больше вопросов.
7. Наличие обратной связи – важное условие коммуникаций.
8. Межличностные коммуникации во многом зависят от социокультурной среды, в которой они осуществляются.
9. В формальной группе не могут возникнуть неформальные коммуникации.
10. В процессе общения невербальные сигналы собеседников должны способствовать усилению речи.
11. Если подчиненные зависят от руководства, то восходящий поток информации может оказаться блокированным. Осознающий свою зависимость работник, получив неприятную для руководителя информацию, может не передать ее ему.

12. Чтобы сократить время коммуникации, следует перебить собеседника и прямо сказать ему о дефиците своего времени.
13. Если руководителя захлестывают эмоции, то он может неправильно понять собеседника.
14. Слухи – это невербальные коммуникации в процессе общения.

Ответ:

- 1) верны утверждения: 1, 2, 3, 7, 8, 10, И, 13;
 2) неверны утверждения: 4, 5, 6, 9, 12, 14.

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

| | |
|---------------------|-------------------------|
| от 51 до 60 баллов | «удовлетворительно» (E) |
| от 61 до 65 баллов | «удовлетворительно» (D) |
| от 66 до 77 баллов | «хорошо» (C) |
| от 78 до 85 баллов | «хорошо» (B) |
| от 86 до 100 баллов | «отлично» (A) |

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

| | |
|---------------------|--------------|
| от 0 до 50 баллов | «не зачтено» |
| от 51 до 100 баллов | «зачтено» |

4.4. Методические материалы

Критерии оценки ответа на вопросы на зачете:

«Зачтено» ставится в том случае, если студент должен продемонстрировать знание основных понятий, относящихся к дисциплине, правильно ответить по крайней мере на один дополнительный вопрос, ответ должен быть логичным и последовательным, либо студент способен уточнить содержание ответа

«Не зачтено» ставится в том случае, если студент не демонстрирует знание основных понятий, относящихся к дисциплине, не отвечает ни на один дополнительный вопрос, и изложение ответа на вопрос не последовательное и не логичное. При этом, студент не может уточнить содержание ответа на вопрос.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент», как правило, изучается студентами на втором курсе для очного и третьем курсе для заочного обучения. При подготовке к лекционным занятиям обучающемуся следует ознакомиться с учебно-тематическим планом изучаемой учебной дисциплины, а также с календарным планом прохождения соответствующего курса.

В процессе лекционного занятия обучающийся ведет свой конспект лекций, делая записи, касающиеся основных тезисов лектора. Это могут быть исходные проблемы и вопросы, ключевые понятия и их определения, важнейшие положения и выводы, существенные оценки и т.д.

В заключительной части лекции обучающийся может задать вопросы преподавателю по содержанию лекции, уточняя и уясняя для себя теоретические моменты, которые остались ему непонятными.

Самостоятельная работа обучающегося, прежде всего, подразумевает изучение им учебной литературы, рекомендуемой рабочей программой дисциплины.

Значительную роль в изучении данной дисциплины выполняют семинарские занятия, которые призваны, прежде всего, закреплять теоретические знания, полученные в ходе прослушивания и запоминания лекционного материала, изучения источников, ознакомления с учебной и научной литературой. Тем самым семинары способствуют получению студентами наиболее качественных знаний, а также позволяют осуществлять со стороны преподавателя текущий контроль над успеваемостью студентов.

Семинарские занятия преподаватель может проводить в форме обсуждения вопросов темы, заслушивания докладов по отдельным вопросам и их обсуждения, рекомендуется выполнение письменных работ, тестирование и решение практических задач.

В процессе подготовки к семинару студент самостоятельно аккумулирует знания путем изучения конспекта лекций и соответствующих разделов учебника, ознакомления с дополнительной литературой и источниками, рекомендованными к этому практическому занятию.

Отвечать на тот или иной вопрос обучающимся рекомендуется формулировать наиболее полно и точно, при этом нужно уметь логически грамотно выражать и обосновывать свою точку зрения, свободно оперировать юридическими понятиями и терминами.

Предусмотрена работа слушателей на практических занятиях (семинарах) по рассмотрению основных вопросов коммуникационного менеджмента

Таким образом, посещение обучающимся лекционных занятий, активная самостоятельная работа, а также участие на семинарских занятиях необходимы для подготовки и успешной сдачи зачета как формы итогового контроля.

При подготовке к зачету необходимо исходить из перечня контрольных вопросов. Зачет, как правило, проводится в устной форме.

При оценивании знаний студентов экзаменатор руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- правильность ответов на вопросы;
- полнота и лаконичность ответа;
- логика и аргументированность изложения.

Более подробную информацию о методике подготовки и сдачи зачета обучающийся может получить у преподавателя.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература

1. Д. П. Гавра Основы теории коммуникации М.:Юрайт, 2017. – 281 с.
http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb.php?&table_name=elcat_cat_bb_view&fond=121&start=100&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=87396&func=detail

2. М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко Теория коммуникации. М.:Юрайт, 2017. - 415 с.
http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb.php?&table_name=elcat_cat_bb_view&found=121&start=100&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=88390&func=detail
3. О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова Теория коммуникации. - М. : Дашков и К, 2016. - 504 с.
http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb.php?&table_name=elcat_cat_bb_view&found=121&start=80&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=84897&func=detail

6.2. Дополнительная литература

1. Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов Основы теории коммуникации — М.:Флинта, 2010. — 153 с.
http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb.php?&table_name=elcat_cat_bb_view&found=121&start=80&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=85088&func=detail
2. И. В. Марусева Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену). - Саратов:Вузовское образование, 2016. - 144 с.
http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb.php?&table_name=elcat_cat_bb_view&found=121&start=80&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=84060&func=detail
3. Ф. И. Шарков Коммуникология : основы теории коммуникации. - М. : Дашков и К, 2017. - 487 с.
http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb.php?&table_name=elcat_cat_bb_view&found=121&start=80&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=84846&func=detail

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

Англоязычные ресурсы

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garweb.ru>.
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Центр профессиональной подготовки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.c-pp.ru>.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
2. Научно-практические статьи по экономике и финансам Электронной библиотеки ИД «Гребенников» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
3. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью
http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76

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

| № п/п | Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом | Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа ¹ |
|-------|---|--|---|--|
| 1 | Коммуникационный менеджмент | Тематические аудитории специальности «Экономическая безопасность», Компьютерные классы. Иные аудитории Факультета таможенного администрирования и безопасности (в соответствии с расписанием занятий), оснащенные средствами мультимедиа и досками Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Кабинеты, оснащенные макетами, наглядными учебными пособиями, и другими техническими средствами и оборудованием, | Оснащены рабочими станциями ПК, средствами мультимедиа и досками. Звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие прослушивание материалов в формате MP3, WMA, а также просмотр видеоматериалов. Программное обеспечение Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового материала, графических иллюстраций, презентаций. | Лицензионное соглашение с Microsoft Windows 10 SBR003-1706010146-42 от 07.07.2017 по 31.07.2018 Microsoft Office Professional 2016 SBR003-1706010146-42 от 07.07.2017 по 31.07.2018 СПС КонсультантПлюс 0372100052814 000062-0358818-01 от 16.12.2014 бессрочно |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения | | |
|--|--|--|--|--|