

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:45:35
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.04.01 «Тренды в бизнес-коммуникациях»

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Реклама и связи с общественностью

в государственных и негосударственных организациях

(наименование образовательной программы)

очная

(форма обучения)

Год набора 2026

Город Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Лёвина С.А., кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.филол.н., кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.04.01 «Тренды в бизнес-коммуникациях» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС. Протокол № 4 от 9 апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

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

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

Дисциплина Б1.В.ДЭ.04.01 «Тренды в бизнес-коммуникациях» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенции **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ. Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации"	ПК-4	способен разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-4.5	ведет новостные ленты и представляется в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций	ПК-4.5. 3-1. Гражданское законодательство Российской Федерации ПК-4.5. У-3. Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 академ. часов.

Контактная работа с преподавателем 67 ч.

Лекции 24 ч.

Практические занятия 32 ч.

Консультации 2 ч.

Каттэк 9 ч.

Самостоятельная работа 95 ч.

СРЭК 18 ч.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Формы текущего контроля Устный опрос, дискуссия

Форма промежуточной аттестации Зачет с оценкой – 8 семестр

Место дисциплины.

Дисциплина Б1.В.ДЭ.04.01 «Тренды в бизнес-коммуникациях» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин (элективные дисциплины) направления подготовки.

Курс базируется на теоретических знаниях, полученных в ходе изучения дисциплин «Русский язык и культура речи», «История рекламы», «Правовое регулирование массовых коммуникаций», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», а также на навыки работы в отделах рекламы и связей с общественностью, полученные на практике.

Дисциплина закладывает методологический фундамент для прохождения преддипломной практики в 8 семестре и написания квалификационной работы.

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Понятие бизнес-коммуникаций	38	6			8							24	УО, Т	
Тема 2	Внешние бизнес-коммуник	38	6			8							24	УО, Т	

	ации													
Тема 3	Связи с обществом в бизнесе	38	6			8							24	УО, Т
Тема 4	Внутренние бизнес-коммуникации	37	6			8							23	УО, Т
Промежуточная аттестация		29						2	9			18		Зачет с оценкой
Итого		180	24			32		2	9			18	95	

Используемые сокращения:

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

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

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

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

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

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

УО- устный опрос Т – тест

-

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие бизнес-коммуникаций. ПК-4.5

Рассматривается роль организации в бизнес-среде и место бизнес-коммуникаций (БК) в достижении целей компании. Обсуждаются основные понятия БК, их виды — внутренние и внешние коммуникации, а также ключевые задачи коммуникаций в бизнесе. Дается обзор актуальных трендов в бизнес-коммуникациях на современном этапе. Особое внимание уделяется самопрезентации специалистов по PR, вопросам формирования имиджа и эффективного общения.

Тема 2. Внешние бизнес-коммуникации. ПК-4.5

Изучаются инструменты и методы внешних коммуникаций бизнеса с клиентами и партнерами. Анализируется влияние цифровизации на внешние коммуникации: создание и поддержка сайта, использование социальных сетей, чат-ботов и искусственного интеллекта. Рассматриваются механизмы получения и обработки обратной связи, а также методы отработки негативных ситуаций и репутационных рисков.

Тема 3 Связи с общественностью в бизнесе. ПК-4.5

Рассматривается роль связей с общественностью (PR) в формировании позитивного образа компании. Анализируются инструменты взаимодействия с СМИ, техники питчинга (презентации идей), создание и использование инфоповодов. Обсуждается практика коллабораций и партнерств как способа усиления коммуникационных возможностей.

Тема 4. Внутренние бизнес-коммуникации. ПК-4.5

Изучаются средства и методы организации внутренних коммуникаций в компании. Раскрывается роль корпоративных блогов и внутренних СМИ, интеграция стратегий HR и PR. Анализируется создание и поддержка амбассадоров бренда внутри компании. Обсуждается концепция коммуникационных экосистем и их влияние на корпоративную культуру.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДЭ.04.01 «Тренды в бизнес-коммуникациях» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

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

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

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

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

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

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

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

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

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

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

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

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

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

тестирование, устный опрос.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Понятие бизнес-коммуникаций

Вопросы для устного опроса.

- Что такое бизнес-коммуникации и почему они важны для организации?
- Какие основные задачи решают бизнес-коммуникации?
- Какие ключевые тренды сейчас наблюдаются в бизнес-коммуникациях?
- Как правильно строить самопрезентацию пиарщика?
- Как имидж и навыки общения влияют на успешность PR-специалиста?

Тестовые задания.

Задание 1. Что такое бизнес-коммуникации? Выберите один верный ответ

- а) Обмен информацией внутри компании
- б) Процесс управления потоками
- в) Обмен информацией, направленный на достижение бизнес-целей
- г) Производство товаров и услуг

Задание 2. Каковы основные задачи бизнес-коммуникаций? Выберите все верные ответы.

- а) Повышение качества продукции
- б) Эффективное взаимодействие с внешними клиентами
- в) Оптимизация затрат
- г) Найм новых сотрудников
- д) Эффективное взаимодействие с внутренней аудиторией.

Задание 3. Какие виды бизнес-коммуникаций существуют? В чем их особенности? Открытый вопрос.

Тема 2. Внешние бизнес-коммуникации

Вопросы для устного опроса:

- Как цифровизация меняет внешние коммуникации компаний?
- Какие преимущества и сложности связаны с использованием сайта и соцсетей для бизнеса?
- Как работают чат-боты и ИИ в коммуникации с клиентами?
- Какие методы существуют для получения и анализа обратной связи?
- Как эффективно обрабатывать негативные отзывы и претензии клиентов?

Тестовые задания

Задание 1. Какие инструменты относятся к цифровым внешним коммуникациям? (Выберите все подходящие)

- а) Сайт компании
- б) Корпоративный блог
- в) Социальные сети
- г) Чат-боты
бренда
- д) Послы внутри компании

Задание 2. Что включает в себя работа с негативными отзывами в соцсетях? (Выберите все подходящие)

- а) Игнорирование комментариев
- б) Быстрая реакция
- в) Диалог с клиентом
- г) Предложение решения проблемы
- д) Удаление всех негативных сообщений

Задание 3. Что включают в себя внешние бизнес-коммуникации?

Открытый вопрос

Тема 3. Связи с общественностью в бизнесе

Вопросы для устного опроса:

- Что такое связи с общественностью и какова их роль в бизнесе?

- Какие существуют основные каналы взаимодействия с СМИ?
- Что такое питчинг и как подготовить успешную презентацию?
- В чем преимущества коллабораций и как их эффективно реализовать?

Тестовые задания.

Задание 1. Соотнесите термины и определения:

Термин	Определение
1. Питчинг	а) Создание новости для инициации публикации
2. Инфоповод	б) Краткая презентация идеи или предложения
3. Коллаборация	в) Совместная маркетинговая или PR-акция
4. Связи с общественностью	г) Управление имиджем и коммуникациями с аудиторией

Задание 2. Продолжительность питчинга составляет: (выберите один верный ответ)

- А) до 4 секунд
- Б) 5 минут
- В) 20 минут

Задание 3. - Какие виды инфоповодов применяются для привлечения внимания аудитории? Открытый вопрос.

Тема 4. Внутренние бизнес-коммуникации

Вопросы для устного опроса:

- Что представляют собой внутренние бизнес-коммуникации и зачем они нужны?
- Как корпоративные блоги и СМИ способствуют улучшению коммуникации внутри компании?
- Как связаны HR и PR в контексте внутренних коммуникаций?
- Кто такие амбассадоры бренда и как их выявлять и поддерживать?
- Что такое коммуникационные экосистемы и как они влияют на корпоративную культуру?

Задание 1. Кто такие амбассадоры бренда? Выберите один верный ответ.

- а) Внешние подрядчики компании
- б) Сотрудники, активно продвигающие бренд внутри и вне компании
- в) Руководители отдела маркетинга
- г) Клиенты компании

Задание 2. Какую роль играют корпоративные блоги во внутренних коммуникациях? Выберите все верные ответы.

- а) Канал для продаж продукции
- б) Средство обмена информацией между сотрудниками
- в) Инструмент привлечения новых клиентов
- г) Платформа для рекламы

- д) канал для трансляции корпоративных ценностей
 е) средство для формирования лояльности сотрудников

Задание 3. Соотнесите понятия и определения:

Понятия	Определения
Корпоративная культура	Система ценностей внутри компании, которая определяет поведение сотрудников и служит идентификатором компании
Корпоративные СМИ	Газеты, журналы, телевидение, радио, которые издаются от имени организации и рассказывают о жизни и достижениях организации
Корпоративные каналы	Система закрытых каналов коммуникации, доступ к которым имеют только сотрудники

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

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

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,15	15
КТ 3	100	0,15	15
КТ 4	100	0,2	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

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

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и

типовые оценочные материалы:

КТ – 1.
Тема 1
Устный опрос

КТ – 2.
Тема 2
Устный опрос

КТ – 3.
Тема 3
Устный опрос

КТ-4
Тема 4
Тестовые задания

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания тестирования:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Количество правильных ответов	0	Количество правильных ответов менее 55%
	25	Количество правильных ответов от 55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

2. Критерии оценивания устного ответа:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Корректность и полнота ответов	0	Неверный ответ или отсутствие ответа

	25	Тема раскрыта минимально или не раскрыта вовсе
	50	Поверхностное описание без конкретных примеров
	50	Правильный, но не аргументированный ответ
	100	Полный, развернутый, обоснованный ответ с конкретными примерами
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Для решения задач открытого типа, тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты, ленты времени, презентации студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

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

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Вопросы к экзамену:

1. Что такое бизнес-коммуникации?
2. Назовите основные виды бизнес-коммуникаций.
3. Какие задачи выполнить бизнес-коммуникации?
4. Какие тенденции характерны для современных бизнес-коммуникаций?
5. Почему имидж важен для пиарщика?
6. Что включает в себя внешнюю коммуникационную деятельность?
7. Как цифровые технологии меняют внешнюю связь?
8. Какова роль чат-ботов и искусственного интеллекта в общении?
9. Как правильно настроить обратную связь с клиентами?
10. Какие рекомендации существуют для работы с отрицательными отзывами?
11. Что такое связь с общественностью в бизнесе?
12. Какие инструменты используются для работы со СМИ?
13. Какие этапы включают подготовку питча?

14. Что такое инфоповод и как его создать?
15. Какие преимущества дает сотрудничество?
16. Зачем нужны внутренние бизнес-коммуникации?
17. Как корпоративные блоги относятся к коммуникациям?
18. Как влияют HR и PR на внешнем уровне?
19. Кто такие послы и как их создать?
20. Что такое коммуникационная экосистема?

Перечень проверочных заданий

Тема 1. Понятие бизнес-коммуникаций. ПК-4.5

Тип задания	Задания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	<p>1. Что является главной целью бизнес-коммуникаций? а) максимальное увеличение прибыли; б) эффективное взаимодействие для достижения бизнес-целей; в) сокращение издержек на персонал; г) автоматизация бизнес-процессов.</p> <p>2. Какой канал коммуникации относится к формальным? а) разговор у кофемашины; б) корпоративный мессенджер; в) официальный приказ/распоряжение; г) неформальный чат отдела.</p>
Задание закрытого типа на установление соответствия	<p>1. Соотнесите виды коммуникаций с их характеристиками: А) вертикальные; Б) горизонтальные; В) внешние; Г) внутренние. 1) между подразделениями одного уровня; 2) между руководством и подчинёнными; 3) с клиентами и партнёрами; 4) внутри организации между сотрудниками.</p> <p>2. Соотнесите каналы коммуникации с типом (онлайн/офлайн): А) видеоконференция; Б) совещание в переговорной; В) email-рассылка; Г) беседа у кулера. 1) онлайн; 2) офлайн.</p>
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	<p>1. Какие из перечисленных каналов относятся к внутренним коммуникациям? Выберите все верные варианты: а) пресс-релиз для СМИ; б) корпоративный интранет; в) ежемесячный отчёт отдела; г) реклама в соцсетях; д) собрание коллектива.</p> <p>2. Какие функции выполняют бизнес-коммуникации? Выберите все верные варианты: а) информационная; б) контролирующая; в) развлекательная; г) интегративная; д) маркетинговая.</p>

Тип задания	Задания
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Установите правильную последовательность этапов коммуникационного процесса: а) декодирование; б) отправка сообщения; в) обратная связь; г) кодирование; д) восприятие.</p> <p>2. Расположите этапы подготовки пресс-релиза в правильном порядке: а) согласование с руководством; б) определение ключевой идеи; в) написание текста; г) выбор СМИ для рассылки; д) сбор фактов и данных.</p>
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Какой метод коммуникации наиболее эффективен для обсуждения сложного проекта с командой? а) электронное письмо; б) видеоконференция; в) мессенджер; г) памятка на интранет. Обоснуйте выбор.</p> <p>2. Какой канал лучше выбрать для срочного оповещения всех сотрудников о ЧП? а) корпоративная газета; б) SMS-рассылка; в) доска объявлений; г) письмо на почту. Обоснуйте выбор.</p>
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	<p>1. Опишите 3–4 признака эффективных внутренних коммуникаций в организации. Приведите примеры.</p> <p>2. Объясните, почему для бизнес-коммуникаций важно учитывать культурный контекст аудитории. Приведите 2–3 конкретных примера.</p>

Тема 2. Внешние бизнес-коммуникации. ПК-4.5

Тип задания	Задания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных вариантов	<p>1. Какова главная цель внешних бизнес-коммуникаций? а) оптимизация внутренних процессов; б) формирование имиджа и взаимодействие с внешними аудиториями; в) повышение зарплаты сотрудникам; г) сокращение числа контрагентов.</p> <p>2. Какой инструмент наиболее эффективен для оперативного взаимодействия с журналистами? а) годовая отчётность; б) пресс-релиз по электронной почте; в) внутренний корпоративный портал; г) собрание акционеров.</p>
Задание закрытого типа на установление	<p>1. Соотнесите канал внешних коммуникаций с его основной функцией: А) сайт компании; Б) пресс-конференция; В) соцсети бренда; Г)</p>

Тип задания	Задания
соответствия	<p>email-рассылка клиентам. 1) оперативное информирование целевой аудитории; 2) представление базовой информации о компании; 3) диалог и вовлечение аудитории; 4) анонсирование важных событий и ответов на вопросы СМИ.</p> <p>2. Соотнесите аудиторию с подходящим каналом коммуникации: А) потенциальные клиенты; Б) инвесторы; В) СМИ; Г) партнёры. 1) пресс-релизы и медиа-киты; 2) коммерческие предложения и встречи; 3) рекламные кампании и соцсети; 4) финансовые отчёты и инвест-презентации.</p>
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Какие инструменты относятся к внешним коммуникациям? Выберите все верные варианты: а) корпоративный блог; б) совещание отдела продаж; в) участие в отраслевых выставках; г) внутренний чат компании; д) партнёрская программа. 2. Что влияет на эффективность внешних коммуникаций? Выберите все верные варианты: а) чёткость сообщения; б) цвет корпоративного логотипа; в) знание целевой аудитории; г) количество сотрудников в офисе; д) своевременность информации.</p>
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Установите правильную последовательность этапов подготовки пресс-конференции: а) рассылка приглашений СМИ; б) определение ключевой темы и месседжа; в) подбор спикеров и подготовка их выступлений; г) выбор площадки и технического оснащения; д) подготовка пресс-материалов (релиз, факты, фото).</p> <p>2. Расположите шаги коммуникации с клиентом в правильном порядке: а) отправка коммерческого предложения; б) выявление потребностей клиента; в) заключение договора; г) первый контакт/знакомство; д) обсуждение деталей и возражений.</p>
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Какой канал лучше выбрать для анонса нового продукта для широкой аудитории? а) внутреннее письмо сотрудникам; б) пост в корпоративном Telegram-канале; в) пресс-релиз в СМИ и соцсети бренда; г) разговор на бизнес-ланче. Обоснуйте выбор.</p> <p>2. Как эффективнее отреагировать на негативный отзыв клиента в соцсетях? а) удалить комментарий; б) ответить публично с извинениями и предложением решить проблему; в) проигнорировать; г) ответить агрессивно, защищая репутацию. Обоснуйте выбор.</p>
Задание открытого типа с развёрнутым	<p>1. Опишите 3–4 ключевых принципа эффективных внешних коммуникаций. Приведите примеры их</p>

Тип задания	Задания
ответом	реализации. 2. Объясните, почему для внешних коммуникаций важно соблюдать единый фирменный стиль и tone of voice. Приведите 2–3 конкретных примера последствий его нарушения.

Тема 3. Связи с общественностью в бизнесе. ПК-4.5

Тип задания	Задания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Какова основная цель PR в бизнесе? а) максимизация краткосрочной прибыли; б) формирование и поддержание репутации компании; в) сокращение издержек на маркетинг; г) автоматизация производственных процессов. 2. Что такое пресс-релиз в PR-деятельности? а) внутренний документ для сотрудников; б) официальное информационное сообщение для СМИ; в) рекламный буклет для клиентов; г) финансовый отчёт для инвесторов.
Задание закрытого типа на установление соответствия	1. Соотнесите PR-инструмент с его назначением: А) пресс-конференция; Б) кейс-стади; В) медиа-кит; Г) публичное выступление. 1) демонстрация экспертности и реального опыта; 2) комплексное представление материалов для журналистов; 3) прямое общение с журналистами и ответы на вопросы; 4) позиционирование спикера как эксперта отрасли. 2. Соотнесите целевую аудиторию с приоритетным PR-каналом: А) СМИ; Б) потенциальные клиенты; В) инвесторы; Г) сотрудники. 1) корпоративные соцсети и внутренние рассылки; 2) пресс-релизы и медиа-мероприятия; 3) аналитические отчёты и инвест-презентации; 4) контент-маркетинг и отзывы клиентов.
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1. Какие задачи решает PR в кризисной ситуации? Выберите все верные варианты: а) минимизация репутационных потерь; б) скрытие информации от общественности; в) оперативное информирование заинтересованных сторон; г) усиление рекламных кампаний; д) восстановление доверия к бренду. 2. Какие каналы относятся к PR-коммуникациям? Выберите все верные варианты: а) публикации в СМИ;

Тип задания	Задания
	б) таргетированная реклама в соцсетях; в) участие в профильных конференциях; г) email-рассылки клиентам о скидках; д) спонсорство социальных проектов.
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Установите правильную последовательность этапов PR-кампании: а) оценка результатов и корректировка стратегии; б) определение целей и KPI; в) разработка контент-плана и материалов; г) анализ целевой аудитории и конкурентов; д) реализация мероприятий и мониторинг. 2. Расположите шаги работы с негативным инфоповодом в правильном порядке: а) подготовка официального заявления; б) анализ масштаба и причин проблемы; в) мониторинг реакции аудитории; г) коммуникация с заинтересованными сторонами; д) принятие мер по устранению проблемы.
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1. Какой инструмент PR лучше выбрать для повышения узнаваемости бренда в профессиональном сообществе? а) массовая рекламная рассылка; б) участие в отраслевой конференции с докладом; в) скидка на продукцию для первых покупателей; г) конкурс в соцсетях с призами. Обоснуйте выбор. 2. Как PR-специалисту реагировать на ложную информацию о компании в СМИ? а) игнорировать, чтобы не привлекать внимания; б) подать в суд без предварительных коммуникаций; в) оперативно опубликовать опровержение с фактами; г) ответить эмоционально в соцсетях. Обоснуйте выбор.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	1. Опишите 3–4 ключевых принципа этичного PR. Приведите примеры их соблюдения/нарушения в реальных кейсах. 2. Объясните, почему для PR-специалиста важно уметь работать с данными (аналитика, метрики). Приведите 2–3 конкретных примера, как аналитика улучшает PR-стратегию.

Тема 4. Внутренние бизнес-коммуникации. ПК-4.5

Тип задания	Задания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного	1. Какова главная цель внутренних бизнес-коммуникаций? а) максимизация прибыли; б) обеспечение согласованной работы коллектива и

Тип задания	Задания
<p>ответа из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>достижение корпоративных целей; в) сокращение числа каналов общения; г) усиление контроля над сотрудниками.</p> <p>2. Какой канал считается основным для формальных внутренних коммуникаций? а) личный разговор в курилке; б) корпоративная почта и документооборот; в) неофициальные чаты в мессенджерах; г) социальные сети.</p>
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>1. Соотнесите тип коммуникации с примером: А) вертикальная; Б) горизонтальная; В) диалогическая; Г) монологическая. 1) совещание отдела продаж; 2) приказ генерального директора; 3) переписка двух коллег из разных отделов; 4) презентация стратегии на общем собрании.</p> <p>2. Соотнесите инструмент с его функцией: А) интранет; Б) корпоративный чат; В) рассылка по email; Г) доска объявлений. 1) оперативный обмен сообщениями; 2) размещение нормативных документов и баз знаний; 3) оповещение о событиях и изменениях; 4) визуализация важной информации для всех.</p>
<p>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>1. Какие из перечисленных элементов относятся к внутренним коммуникациям? Выберите все верные варианты: а) пресс-релиз для СМИ; б) планёрка отдела; в) внутренний портал компании; г) реклама в поисковых системах; д) корпоративная газета.</p> <p>2. Что способствует эффективности внутренних коммуникаций? Выберите все верные варианты: а) чёткие правила обмена информацией; б) отсутствие обратной связи; в) регулярные встречи команд; г) закрытость данных о стратегии компании; д) единые стандарты оформления документов.</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Установите правильную последовательность этапов внедрения нового регламента: а) обучение сотрудников; б) согласование с заинтересованными подразделениями; в) публикация документа в интранете; г) разработка проекта; д) сбор обратной связи и доработка.</p> <p>2. Расположите шаги решения конфликта между сотрудниками в правильном порядке: а) фиксация позиций сторон; б) поиск компромиссного решения; в) выявление причин разногласий; г) медиация</p>

Тип задания	Задания
	руководителя; д) подведение итогов и договорённости.
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Какой способ лучше выбрать для информирования всех сотрудников о важном изменении в политике компании? а) объявление на проходной; б) письменное уведомление по корпоративной почте с прикрепленным документом; в) упоминание в чате отдела; г) разговор с каждым лично. Обоснуйте выбор.</p> <p>2. Как эффективнее донести сложную инструкцию до новой команды? а) отправить текст в общий чат; б) провести очное или онлайн-обучение с демонстрацией и ответами на вопросы; в) положить бумажную копию на стол каждому; г) опубликовать в интранете без дополнительных пояснений. Обоснуйте выбор.</p>
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	<p>1. Опишите 3–4 признака эффективных внутренних коммуникаций в компании. Приведите примеры инструментов или практик, которые помогают их поддерживать. 2. Объясните, почему для внутренних коммуникаций важно учитывать особенности корпоративной культуры. Приведите 2–3 конкретных примера, как культурные различия (например, между офисами в разных странах) могут влиять на эффективность обмена информацией.</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные</i>	30-39

<i>практические задания с небольшими неточностями.</i>	
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

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

Разрешается использование программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты, ленты времени, презентации студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Тестирование. Проводится по всему содержанию дисциплины на семинарских занятиях и на зачете.

Под самостоятельной работой понимается учебная деятельность, организуемая и осуществляемая студентом в наиболее рациональное с его точки зрения время, контролируемая им самим на основе внешнего опосредованного системного управления ею со стороны преподавателя. В процессе осуществления самостоятельной работы решаются следующие задачи: формирование познавательной активности, развитие самостоятельности мышления и инициативности, раскрытие творческого потенциала, формирование самоактуализирующейся личности, распределение нагрузки во времени согласно индивидуальным особенностям, изменение культуры отношения к образованию, закрепление ответственной модели поведения. Преподаватель непосредственно руководит самостоятельной работой и осуществляет контроль над всеми этапами, ставит цели и задачи, выдает задания и контролирует правильность их выполнения. Управление самостоятельной работой студентов подразумевает формирование навыков самостоятельной работы, разработку специальной учебно-методической литературы, поиск индивидуального подхода, создание мотивации работать самостоятельно и в целом сводится к трем вопросам:

- I. Организация процесса.
- II. Методическое обеспечение.
- III. Контроль.

Совершенствование содержания и форм организации и контроля самостоятельной работы студентов – важная составная часть процесса подготовки квалифицированного специалиста.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511008>
2. Депутатова, Е. Ю. Коммуникативная политика розничных торговых предприятий : учебное пособие / Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко. - 2-е изд.- Москва : Дашков и К, 2020. - 144 с. - ISBN 978-5-394-03702-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232022>

3. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Мазилкина Е.И.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83143.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560024> (дата обращения: 24.10.2025).
2. Харченко, В. К. Язык руководителя социальной группы, или «Танцы под дождем»: монография / В.К. Харченко. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 157 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1911055. - ISBN 978-5-16-018106-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1911055> (дата обращения: 24.04.2025). – Режим доступа: по подписке.
3. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1927318> (дата обращения: 11.03.2024). – Режим доступа: по подписке.
4. Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиaprостранстве : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под ред. Ф. И. Шаркова. - Москва : Дашков и К, 2023. - 211 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1925550> (дата обращения: 11.03.2024). – Режим доступа: по подписке.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2014).

2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06.2013 № 108-ФЗ). - URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html (дата обращения 20.06.2014).

8.4 Интернет-ресурсы

3. www.bigadvenc.ru
4. www.advesti.ru
5. www.adme.ru
6. www.mediaguide.ru
7. www.advertme.ru

8. www.advertology.ru
9. www.brand-reclama.ru
10. <http://www.advertiser-school.ru/>

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

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.

Технические средства обучения

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий
3.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
4.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
5.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6.	СДО Академии https://lms.ranepa.ru/