

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ващенко Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 11.01.2021 16:14:17

Уникальный программный ключ:

51187754f94e37d00c9236cc9eaf21a22f0a3b731acd32879ec947ce3c66589d

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Волгоградский институт бизнеса»



Рабочая программа учебной дисциплины

Коммуникационный менеджмент

(Наименование дисциплины)

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) «Общий»

(Направление подготовки / Профиль)

Бакалавр

(Квалификация)

Прикладной бакалавр

(Вид)

Кафедра разработчик

Экономики и управления

Год набора

2016, 2017, 2018

Вид учебной деятельности	Трудоемкость (объем) дисциплины					
	Очная форма	Очно-заочная форма		Заочная форма		
		д	в	св	з	сз
Зачетные единицы	2			2	2	2
Общее количество часов	72			72	72	72
Аудиторные часы контактной работы обучающегося с преподавателями:	36			8	8	8
– Лекционные (Л)	18			4	4	4
– Практические (ПЗ)						
– Лабораторные (ЛЗ)						
– Семинарские (СЗ)	18			4	4	4
Самостоятельная работа обучающихся (СРО)	36			60	60	60
К (Р-Г) Р (П) (+;-)						
Тестирование (+;-)						
ДКР (+;-)						
Зачет (+;-)	+			+(4)	+(4)	+(4)
Зачет с оценкой (+;- (Кол-во часов))						
Экзамен (+;- (Кол-во часов))						

Волгоград 2020

Содержание

Раздел 1. Организационно-методический раздел	3
Раздел 2. Тематический план	5
Раздел 3. Содержание дисциплины	6
Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся.....	8
Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.....	10
Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии.....	15
Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	17

Раздел 1. Организационно-методический раздел

1.1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» входит в «вариативную» часть дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки «43.03.01 Сервис», направленность (профиль) «Общий»

Целью дисциплины является формирование компетенций (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения образовательной программы (ОПОП ВО)):

профессиональных

- «готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса» (ПК-1)
- «готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий» (ПК-7)
- «готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса» (ПК-11)

Перечисленные компетенции формируются в процессе достижения результатов обучения (РО):

Обучающийся должен знать: *на уровне представлений*

- место и роль дисциплины в системе формирования специалиста-менеджера (1)
- основные этапы и направления развития управленческой мысли (2)
- о понятии, концептуальных основах и сферах применения коммуникационного менеджмента (3)
- о совокупности способов, методов, средств воздействия на коммуникационные процессы в организации, мотивировании поведения людей к творческой деятельности (4)

на уровне воспроизведения

- предмет, цели и задачи дисциплины (5)
- основные события, процессы коммуникационного менеджмента (6)
- теорию коммуникационных процессов и их значение в современном обществе (7)
- закономерности в развитии коммуникаций (8)
- основные направления прикладных исследований в коммуникационном менеджменте (9)

на уровне понимания

- специфику коммуникационных технологий общества, субъектов коммуникационной среды и отдельных социальных групп (10)
- основы управленческой деятельности как процесса коммуникаций (11)

Обучающийся должен уметь:

- проводить оценку проблемной ситуации в области коммуникационного менеджмента, выстраивать стратегию коммуникационного действия и находить методы решения коммуникационных проблем в контексте всех имеющихся регуляторов (экономических, политических, социальных и т. д.) (12)
- разрабатывать и внедрять инновационные методы решения коммуникативных проблем и получать оптимальный как социальный, так и хозяйственный, коммерческий результат на основе правильного использования мотивационных ресурсов (13)
- прогнозировать и моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента, на этой основе добиваться оптимальных управленческих решений, сочетающих в себе как повышение качества жизни людей, так и решение институциональных задач (14)

Обучающийся должен владеть:

- основами научного анализа и прогнозирования различных явлений в управлении коммуникациями (15)
- механизмами коммуникативного, когнитивного и семиотического воздействия на субъекты коммуникации (16)

**1.2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО
направления подготовки «43.03.01 Сервис», направленность (профиль)
«Общий»**

№	Предшествующие дисциплины (дисциплины, изучаемые параллельно)	Последующие дисциплины
1	2	3
1	Основы профессионального развития экономиста (введение в направление подготовки)	

Последовательность формирования компетенций в указанных дисциплинах может быть изменена в зависимости от формы и срока обучения, а также преподавания с использованием дистанционных технологий обучения.

1.3. Нормативная документация

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «43.03.01 Сервис»;
- Учебного плана направления подготовки «43.03.01 Сервис», направленность (профиль) «Общий» 2016, 2017, 2018 года набора;
- Образца рабочей программы учебной дисциплины (приказ № 185-О от 31.08.2017 г.).

Раздел 2. Тематический план

Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Результаты обучения
		Всего	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ПЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Теоретические основы управления коммуникациями	16	4	4	8	1-3,5,10,15,16
2	Коммуникационный менеджмент как процесс	16	4	4	8	2,3,6-9,11-16
3	Механизмы управления коммуникациями	16	4	4	8	2-4,6,9,11-16
4	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы	16	4	4	8	2,3,6,9,11,12,14-16
5	Коммуникационный процесс во внешней сфере организации	8	2	2	4	2,3,6,9,11,12,14-16
Вид промежуточной аттестации (Зачет)						
Итого		72	18	18	36	

Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Результаты обучения
		Всего	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ПЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Теоретические основы управления коммуникациями	12			12	1-3,5,10,15,16
2	Коммуникационный менеджмент как процесс	16	2	2	12	2,3,6-9,11-16
3	Механизмы управления коммуникациями	12			12	2-4,6,9,11-16
4	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы	16	2	2	12	2,3,6,9,11,12,14-16
5	Коммуникационный процесс во внешней сфере организации	12			12	2,3,6,9,11,12,14-16
Вид промежуточной аттестации (Зачет)		4				
Итого		72	4	4	60	

Раздел 3. Содержание дисциплины

3.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы управления коммуникациями

Понятие коммуникационного менеджмента. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента. Корпоративные коммуникации как предмет коммуникационного менеджмента. Основное содержание коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационного менеджмента. Социальный коммуникационный менеджмент.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс

Объекты и субъекты корпоративных коммуникаций. Гуманитарный смысл, прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента. Специфика функций коммуникационного менеджмента. Коммуникации как объект управления. Коммуникационный процесс и информационные технологии. Перспективы развития коммуникационного менеджмента.

Тема 3. Механизмы управления коммуникациями

Виды и средства коммуникационного процесса. Методы коммуникационного менеджмента. Имидж компании – единица коммуникации. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.

Тема 4. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы

Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации.

Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

Тема 5. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации

Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п.

Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.

3.2. Содержание практического блока дисциплины

Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема практического занятия
1	2
ПЗ 1-2	Теоретические основы управления коммуникациями
ПЗ 3-4	Коммуникационный менеджмент как процесс
ПЗ 5-6	Механизмы управления коммуникациями
ПЗ 7	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы
ПЗ 8	Коммуникационный процесс во внешней сфере организации

Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Тема практического занятия
1	2
ПЗ 1	Коммуникационный менеджмент как процесс
ПЗ 2	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы

3.3. Образовательные технологии

Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
1	2	3	4	5
1	Теоретические основы управления коммуникациями	Л	Лекция-ситуация	100
2	Коммуникационный менеджмент как процесс	Л	Лекция-ситуация	100
3	Механизмы управления коммуникациями	Л	Лекция-ситуация	100
4	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы	СЗ	Дискуссия	100
5	Коммуникационный процесс во внешней сфере организации	СЗ	Дискуссия	100
Итого %				27,7%

Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
1	2	3	4	5
1	Коммуникационный менеджмент как процесс	Л	Лекция-ситуация	100
Итого %				25%

Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся

4.1. Организация самостоятельной работы обучающихся

№	Тема дисциплины	№ вопросов	№ рекомендуемой литературы
1	2	3	4
1	Теоретические основы управления коммуникациями	1,2,3,4,5,6	1,2,3,4,5,6
2	Коммуникационный менеджмент как процесс	7, 8	1,2,3,4,5,6
3	Механизмы управления коммуникациями	9,10,11,12,13,14,15,16	1,2,3,4,5,6
4	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы	17,18,19	1,2,3,4,5,6
5	Коммуникационный процесс во внешней сфере организации	20,21,22,23	1,2,3,4,5,6

Перечень вопросов, выносимых на самостоятельную работу обучающихся

1. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.
2. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти.
3. Структура и функции департамента информации и печати МИД РФ.
4. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.
5. Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом.
6. Коммуникационный менеджмент в организации: PR руководителей.
7. Внутренние средства коммуникации: специфика, разнообразие, функции.
8. Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях.
9. Взаимодействие со СМИ: двусторонняя коммуникация.
10. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
11. Паблик рилейшнз в акционерных обществах и системе корпоративного управления.
12. Управление коммуникациями и информационная борьба в экономической сфере.
13. Паблик рилейшнз: особенности российского опыта.
14. Презентации, выставки и торговые ярмарки как средства паблик рилейшнз.
15. Особенности паблик рилейшнз в финансовой сфере.
16. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
17. Анализ CRM-системы.
18. Анализ GR-технологий.
19. Анализ маркетинговых коммуникаций.
20. Организация службы по связям с общественностью: анализ опыта компании (предприятия, организации).
21. Развитие российского общества в содержании рекламных материалов.
22. Современная реклама и PR на Западе и в России: общее и особенное.
23. Дни открытых дверей как инструмент связей с общественностью.

4.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Указаниями в рабочей программе по дисциплине (п.4.1.)
2. Лекционные материалы в составе учебно-методического комплекса по дисциплине
3. Заданиями и методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы обучающихся в составе учебно-методического комплекса по дисциплине.
4. Глоссарием по дисциплине в составе учебно-методического комплекса по дисциплине.

Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств по дисциплине представляет собой совокупность контролируемых материалов предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов образовательной программы. ФОС по дисциплине используется при проведении оперативного контроля и промежуточной аттестации обучающихся. Требования к структуре и содержанию ФОС дисциплины регламентируются Положением о фонде оценочных материалов по программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры.

5.1. Паспорт фонда оценочных средств

Очная форма обучения (полный срок)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Результаты обучения
		Л	ПЗ (ПЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Теоретические основы управления коммуникациями	ЛС	УО	ПРВ	1-3,5,10,15,16
2	Коммуникационный менеджмент как процесс	ЛС	УО	ПРВ	2,3,6-9,11-16
3	Механизмы управления коммуникациями	ЛС	УО	ПРВ	2-4,6,9,11-16
4	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы	УО	Д	ПРВ	2,3,6,9,11,12 14,15,16
5	Коммуникационный процесс во внешней сфере организации	УО	Д	ПРВ	2,3,6,9,11,12,14-16

Заочная форма обучения (полный срок, на базе СПО, на базе ВО)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Результаты обучения
		Л	ПЗ (ПЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Теоретические основы управления коммуникациями			ПРВ	1-3,5,10,15,16
2	Коммуникационный менеджмент как процесс	ЛС	УО	ПРВ	2,3,6-9,11-16
3	Механизмы управления коммуникациями			ПРВ	2-4,6,9,11-16
4	Особенности управления информационными потоками внутри фирмы	УО	Д	ПРВ	2,3,6,9,11,12 14,15,16
5	Коммуникационный процесс во внешней сфере организации			ПРВ	2,3,6,9,11,12,14-16

Условные обозначения оценочных средств (Столбцы 3, 4, 5):

УО – устный (фронтальный, индивидуальный, комбинированный) опрос

ПРВ – проверка рефератов, отчетов, рецензий, аннотаций, конспектов, графического материала, эссе, переводов, решений заданий, выполненных заданий в электронном виде и т.д.

ЛС – Лекция-ситуация

Д – Дискуссия

5.2. Тематика письменных работ обучающихся

Темы рефератов, докладов, эссе

1. Особенности мультинациональных деловых коммуникаций.
2. Коммуникационная политика организации в отношении персонала.
3. Коммуникационная политика мультинациональных концернов на фоне глобализации.
4. Организация связей с общественностью в промышленности.
5. Коммуникационный менеджмент и связи с общественностью в силовых структурах.
6. Фирменный стиль как элемент корпоративной идентичности.
7. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
8. Функционирование PR-отдела в структуре предприятия.
9. Формирование корпоративной культуры компании средствами PR.
10. Повышение конкурентоспособности компании средствами PR.
11. Анализ функционирования пресс-службы в структуре PR-отдела.
12. Управление коммуникациями и осуществление PR в организации.
13. Этические проблемы коммуникационного менеджмента и PR организации.

5.3. Перечень вопросов промежуточной аттестации по дисциплине

Вопросы к зачету

1. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента.
2. Предмет и объект коммуникационного менеджмента.
3. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.
4. Основные типы коммуникации.
5. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика организации.
6. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллектива и личности.
7. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом
8. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента.
9. Основные этапы коммуникационного процесса в организации.
10. Обратная связь в коммуникации.
11. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникационной среды.
12. Коммуникативное пространство.
13. Организация управления коммуникативным пространством.
14. Коммуникативная структура организации.
15. Виды, формы и стили общения коммуникатора.
16. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте.
17. Содержание ключевых проблем PR- деятельности.

18. Основные характеристики репутационных технологий.
19. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.
20. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации
21. Структура коммуникационной программы.
22. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.
23. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации.
24. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций.
25. Понятия политический маркетинг, социальный маркетинг. Привести примеры их деятельности.
26. Методы сбора социальной информации в коммуникационном менеджменте.
27. Понятия лоббизм, спонсорство, меценатство.
28. Системный подход в коммуникационном менеджменте.
29. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.
30. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.
31. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
32. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
33. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.
34. Цели кризисного менеджмента. Ошибки при реагировании на кризис. Недостатки работы в PR- службы в кризисной ситуации.
35. Схема коммуникаций в кризисной ситуации.
36. Национальный характер и его отражение в коммуникационном менеджменте.
37. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.
38. Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации.
39. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
40. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия, проблемы реализации.

Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

6.1. Основная литература

1. Марусева И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Марусева И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39000>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Курганская М.Я. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: курс лекций/ Курганская М.Я.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2013.— 121 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22455>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Столяренко А.М. Психология менеджмента (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организаций», «Управление персоналом» и «Психология»/ А.М. Столяренко, Н.Д. Амаглобели— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 455 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52638.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

4. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: курс лекций/ Ю.Н. Кулаков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 120 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26861>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Юдина А.И. Социальный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов специальностей 071401 «Социально-культурная деятельность», 080507 «Менеджмент организации» и направлений подготовки 071800 «Социально-культурная деятельность», 080200 «Менеджмент»/ А.И. Юдина— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2013.— 231 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22095.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс по специальности 071401 «Социально-культурная деятельность», специализации «Педагогика детско-юношеского досуга», квалификация – «постановщик культурно-досуговых программ»/ — Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2013.— 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29691>.— ЭБС «IPRbooks»

**6.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети
«Интернет»**

7. Библиотека рыночной экономики: <http://www.cemi.rssi.ru/mei/libr.htm>
8. Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru/>
9. Российская государственная библиотека: <http://www.rsl.ru>

Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине:

Материально-техническое обеспечение дисциплины «**Коммуникационный менеджмент**» включает в себя учебные аудитории для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы обучающихся.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных технологий обучения. Специфика реализации дисциплины с применением дистанционных технологий обучения устанавливается дополнением к рабочей программе. В части не противоречащей специфике, изложенной в дополнении к программе, применяется настоящая рабочая программа.

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включает в себя:

Компьютерная техника, расположенная в учебном корпусе Института (ул.Качинцев, 63, кабинет Центра дистанционного обучения):

1. Intel i 3 3.4Ghz\ОЗУ 4Gb\500GB\RadeonHD5450

2. Intel PENTIUM 2.9GHz\ОЗУ 4GB\500GB

3. личные электронные устройства (компьютеры, ноутбуки, планшеты и иное), а также средства связи преподавателей и студентов.

Информационные технологии, необходимые для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включают в себя:

- система дистанционного обучения (СДО) (Learning Management System) (LMS) Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment);

- электронная почта;

- система компьютерного тестирования АСТ-тест;

- электронная библиотека IPRbooks;

- система интернет-связи skype;

- телефонная связь;

- система потоковой видеотрансляции семинара с интерактивной связью в форме чата (вебинар).

Обучение обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется посредством применения специальных технических средств в зависимости от вида нозологии.

При проведении учебных занятий по дисциплине используются мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся.

Лекционные аудитории оборудованы мультимедийными кафедрами, подключенными к звуковым колонкам, позволяющими усилить звук для категории слабослышащих обучающихся, а также проекционными экранами которые увеличивают изображение в несколько раз и позволяют воспринимать учебную информацию обучающимися с нарушениями зрения.

При обучении лиц с нарушениями слуха используется усилитель слуха для слабослышащих людей Cyber Ear модель НАР-40, помогающий обучаемым лучше воспринимать учебную информацию.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;

для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В ходе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» перед обучающимися стоит задача не только закрепить знания о сложных процессах управления, о чем свидетельствует содержание тематического плана, глубоко разобраться в объемном учебном материале, но и сформировать у себя на основе полученных экономических знаний соответствующие профессионально-важные качества.

Семинарские занятия – один из самых эффективных видов учебных занятий по управлению коммуникациями, на которых Обучающиеся учатся творчески работать аргументировать и отстаивать свои мысли перед аудиторией, овладевать культурой речи, ораторским искусством, являются также действенной формой активизации самостоятельной работы обучающихся, формой ее учета и контроля.

Целью семинарских занятий является закрепление полученных в ходе лекций, а также в ходе самостоятельной работы над учебной и специальной литературой, знаний и умений. На семинарских занятиях особо обращается внимание на умение обучающихся проявлять элементы творчества в процессе самостоятельной работы, применять полученные знания на практике.

Семинарские занятия занимают центральное место в учебном процессе, так как позволяют на завершающем этапе усвоения материала, после прослушанной лекции и самостоятельного поиска дополнительных сведений по рассматриваемой проблематике, окончательно уточнить, сформировать свои позиции в ходе общей дискуссии в составе учебной группы.

Не менее важно и приобретение навыков публичных выступлений, правильного подбора и обработки материала, логичного, аргументированного и юридически грамотного его изложения.

Основное в подготовке и проведении семинарских занятий – это самостоятельная работа обучающегося над изучением темы практики.. Обучающийся обязан точно знать план семинарского занятия либо конкретное задание к нему. Как правило, на семинарском занятии обсуждаются узловые вопросы темы, однако там могут быть и такие, которые не были предметом рассмотрения в лекции. Могут быть и специальные задания к той или иной теме практического занятия, например, прочитать какую-нибудь книгу или ее раздел, статью для обсуждения на занятии.

Желательно иметь специальную тетрадь для подготовки к практическим занятиям, либо вести все записи в одной тетради, предназначенной для изучения коммуникационного менеджмента.

При подготовке к семинарским занятиям следует чаще обращаться к справочной литературе, полнее использовать консультации (групповые и индивидуальные, устные и письменные) с преподавателями, которые читают лекции и проводят практические занятия.

Таким образом, в процессе подготовке к практическому занятию рекомендуется:

- ознакомиться с вопросами плана;
 - прочитать конспект лекции по изучаемой теме;
 - прочитать соответствующие главы учебников;
 - просмотреть перечень научных источников, выбрав несколько из них для углубленного изучения данной темы;
 - ознакомиться с позицией авторов изучаемых произведений, законспектировать основные положения их концепций. Особое внимание следует уделить источникам, рекомендуемым преподавателем на лекции и практическом занятии;
 - подготовить план ответа на каждый вопрос практического занятия.
- При этом должен быть использован как материал, полученный на лекции, так и почерпнутый из дополнительных литературных источников. Необходимо обратить внимание на дискуссионные вопросы изучаемой темы. Обучающийся должен аргументировать высказываемую позицию, привести ссылки на труды ученых, обосновать собственный взгляд на проблему;

– выучить определения понятий, составляющих основу данной темы.

Выступление обучающегося должно удовлетворять следующим требованиям: в нем излагается суть, теория рассматриваемого вопроса, дается анализ исторического, нормативного материала, закономерностей, принципов, категорий на основе достижений современной науки. Выдвинутые положения подкрепляются фактами, аргументами, доказательствами, примерами и иллюстрациями. В выступлении необходимо показать значение соответствующих научных положений для решения актуальных проблем. В ответах обучающихся должна быть самостоятельность, творческое отношение к содержанию освещаемого вопроса. Выступление должно быть грамотным в литературном отношении, должно отражать индивидуальность подготовки.

Активность каждого участника занятия проявляется и в том, как внимательно он слушает всех выступающих, стремится ли понять логику их рассуждений, замечает ли пробелы в их выступлениях, готов ли он вступать в дискуссию по обсуждаемому вопросу, поправить или дополнить других выступающих. Важно обращать внимание на материал, который является для обучающегося новым; задавать вопросы выступающим как для уточнения их позиций, так и своих собственных; рекомендуется вести записи. Обсуждение заканчивается заключением руководителя занятия, которое необходимо внимательно прослушать, усвоить и записать данные им рекомендации, советы.

Вполне естественно, что у обучающегося и после занятия могут остаться невыясненными отдельные вопросы по коммуникационному менеджменту. Целесообразно продолжить поиск ответов на них: обратиться к лектору или руководителю практического занятия, прочитать дополнительную литературу по данному вопросу. Полученный дополнительный материал, прочитанные работы

целесообразно законспектировать. Это в дальнейшем будет полезно при подготовке к экзамену.

Использование различных видов самостоятельных работ помогает преподавателю повысить уровень знаний учащихся, активизировать познавательную активность, разнообразить работу с учащимися, как при изучении нового материала, так и закреплении уже изученного.

Специфика дисциплины позволяет преподавателям применять различные виды СРО, например, помимо традиционных докладов и рефератов по теме, выполнение лабораторных заданий (хотя, это оптимальный способ закрепления учебного материала дисциплины) возможно составление аналитических таблиц, бизнес-планов, расчетов с помощью электронных таблиц, мультимедийных презентаций стратегий предприятия, анализа финансовой отчетности предприятия (кейс-метод) и т.д.

Главное в правильной организации СРО – разумное сочетание различных видов СРО и форм контроля.

Учебно-методическое издание

Рабочая программа учебной дисциплины

Коммуникационный менеджмент

(Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

(Фамилия, Имя, Отчество составителя)