


**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образова-
тельное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –
ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Факультет менеджмента

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор
Н.Н. Павелко



Б1.В.07

КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

рабочая программа по дисциплине
для студентов направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**квалификация (степень) выпускника
«БАКАЛАВР»**

Краснодар
2018

Рабочая программа по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» разработана к.э.н., доцентом Е.В. Мугаевой.

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 997.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры государственного и корпоративного управления протокол № 8 от 11 апреля 2018г.

Составитель:

к.э.н., доцент

Е.В. Мугаева

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент

Н.И. Севрюгина

Рабочая программа утверждена на заседании Научно-методического совета Академии «16» апреля 2018г., протокол № 8.

Согласовано:

Проректор по качеству образования,
доцент

К.В. Писаренко

Рецензенты:

Г.Н. Немец к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ»

А.А. Луговой директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ».....	4
1.1 Цель освоения дисциплины	4
1.2 Задачи	дисциплины 6
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	7
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ».....	10
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»	24
4.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ	24
4.2 Структура дисциплины.....	25
4.3 Содержание дисциплины	27
4.4 Тематика практических занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».....	32
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1 Управление коммуникацией как вид деятельности	32
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2 Коммуникационный менеджмент. Основные положения и базовые характеристики	33
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3 . Организационные основы управления коммуникациями.....	34
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4 Коммуникационный менеджмент в PR-деятельности.....	35
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5 Управление PR-акциями.....	36
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6 Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций.....	36
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7 Корпоративная культура арт-институций (в интерактивной форме).....	37
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8 Коммуникационный менеджмент в международных переговорах (в интерактивной форме).....	37
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9 Кросс-культурные коммуникации в международном рекламном бизнесе (в интерактивной форме).....	37
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 10 Ситуационное задание «Художественное событие как информационный повод: арт- журналистика в действии» (в интерактивной форме).....	38
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 11 Тренинг «Ньюзмейкинг на рынке медиапродукции» (в интерактивной форме).....	38
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	39
5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и выполнению самостоятельной (домашней) работы	39
5.2 Методические указания по написанию реферата	44
5.3 Тематика рефератов, докладов и эссе по дисциплине «Коммуникативный менеджмент».....	47
5.4 Интерактивные формы организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Коммуникативный менеджмент».....	47
5.5 Работа с информационными компьютерными технологиями.....	50
5.6 Методические указания для проведения «круглых столов»:	54

5.7 Тематика проблемных вопросов для проведения учебных диспутов, дискуссий и круглых столов:.....	55
5.8 Методические указания для проведения научных дискуссий:.....	56
5.9 Практико-ориентированные задания по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».....	57
5.10 Кейс-стади по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»... ..	76
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	67
6.1 Технологии обучения	68
6.2 Основные виды лекционных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».....	72
6.3 Инновационные практические (семинарские) занятия как активные формы проведения учебных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»... ..	87
6.4 Методические указания и материалы по видам учебных занятий.....	103
6.5 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях.....	104
7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ».....	105
7.1 Тематика контрольных работ по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».....	131
7.2 Вопросы к зачету по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».....	106
7.3 Критерии, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	108
8. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ	109
9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	111
9.1 Основная литература	111
9.2 Дополнительная литература:	112
9.3 Программное обеспечение и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	112
10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	114

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

1.1 Цель освоения дисциплины

Актуальность и значимость учебной дисциплины. Любая организация в рыночной экономике существует в некоторой социальной системе, в рамках которой она должна учитывать интересы потребителей, конкурентов, партнеров, собственных сотрудников и других групп общественности, от которых прямо или косвенно зависит ее существование. Отношение общественности, общественное мнение оказывают сильное влияние на эффективность достижения целей организации. Таким образом, процессом взаимодействия хозяйственного субъекта с общественностью необходимо управлять.

В теории управления коммуникации рассматриваются как связующий процесс для реализации всех функций менеджмента: планирования, организации, мотивации и контроля, а также для принятия решений и осуществления руководства организацией. В то же время, для того чтобы построить успешные взаимоотношения с общественностью, организация должна совершить определенные действия, информация о которых появится в процессе коммуникаций.

Знание основ управления коммуникационными процессами предприятия в отношениях с общественностью поможет будущим бакалаврам в сфере рекламы и связей с общественностью лучше ориентироваться в социально-экономической среде и решать практические задачи, связанные с формированием эффективной системы внутренней и внешней (по отношению к предприятию) коммуникации.

Цель изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» - дать целостное представление о теоретических и практических аспектах управления коммуникациями в коммерческих и некоммерческих институтах, менеджмента управления проектной деятельностью в организациях, особенностях корпоративных коммуникаций, формирования имиджа и бренда компании, о подходах к исследованию коммуникаций в компании и развитии и поддержания бизнес-коммуникаций в кросс-культурной среде, о «культурном разнообразии» в менеджменте организации, о роли культурной дифференциации в выстраивании международного делового сотрудничества, о влиянии мультикультурализма на предпринимательскую деятельность в условиях глобальной экономики, о принципах управления бизнес-коммуникациями в разных странах и возможностях адаптации, интеграции предприятий в межкультурном пространстве, с учетом ценностных ориентиров и этических норм, принятых в бизнес-среде, в целях налаживания сотрудничества, деловых отношений и соотношения философии менеджмента компании в системе международных коммуникаций, направленных на обеспечение стабильного функционирования предприятия на рынке и повышения показателей эффективности его деятельности.

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для выстраивания эффективного управления компанией в соответствии с национальными моделями ведения бизнеса и межкультурными различиями; способствует привлечению студентов к исследовательской деятельности по указанным выше аспектам.

Данный курс способствует привлечению студентов к самостоятельной научно-исследовательской работе в процессе обучения, успешному написанию в дальнейшем выпускной бакалаврской работы и подготовке на следующей ступени обучения магистерской диссертации по профилю «Креативные технологии в сфере рекламы и связей с

общественностью», создает необходимые условия для профессиональной рефлексии, саморефлексии в рекламе и связях с общественностью как областях междисциплинарного знания.

1.2 Задачи дисциплины

В результате изучения дисциплины и достижения поставленной цели, должны быть решены следующие профессиональные задачи:

- познакомить студентов с основными этапами становления коммуникационного менеджмента как междисциплинарного курса, его объектом и предметом исследования, с основными понятиями;
- сформировать представления студентов о специфике коммуникационного менеджмента как социальном процессе в системе гуманитарного знания, с аспектами интеграции коммуникационного менеджмента с имиджеологией, коммуникологией, культурологией, психологией, социологией, менеджментом, рекламоведением, пиарологией в процессе анализа результатов рекламных и PR-мероприятий для совершенствования внутренних и внешних коммуникаций компании;
- способствовать овладению основными понятиями коммуникативного менеджмента, необходимыми для эффективного PR-сопровождение и рекламно-информационное сопровождение деятельности компаний, функционирующих в разных сферах креативной экономики;
- раскрыть этапы формирования и развития основных теорий исследования мифа, специфику культурологического анализа социальных мифов в рекламе и связях с общественностью в условиях функционирования общества потребления;
- проследить социальную направленность коммуникативного менеджмента, выстраивание коммуникационного процесса, управления внутренними и внешними коммуникациями коммерческих и некоммерческих компаний, основными барьерами коммуникации, методами и средствами коммуникативного менеджмента; этапы формирования организационной и корпоративной культуры, учитывая функционирование социальных мифов в культуре потребления, в рекламе и связях с общественностью, средствах массовой информации, оказывающих креативное воздействие на массовое сознание, активно взаимодействующих с разными социальными группами; социокультурную специфику мифотворчества в рекламе и связях с общественностью как инструментах продвижения коммерческих и некоммерческих проектов; факторы обеспечения эффективной рекламной и PR-коммуникации в мифологизированном

виде, в частности в рекламе и связях с общественностью в условиях глобализации и мультикультурных процессов;

- познакомить со структурой и документальным обеспечением коммуникационного процесса в разных сферах деятельности компании;
- содействовать повышению уровня методологической культуры на этапе культурологического анализа коммуникативных процессов в рекламной и PR- деятельности компании;
- способствовать использовать глоссария коммуникационного менеджмента в сфере профессиональной коммуникации;
- привлечь студентов к осмыслению проблем управления коммуникациями в компании и влияния рекламы, связей с общественностью и журналистики на массовую культуру;
- расширить представления о практической направленности коммуникационного менеджмента, управлении коммуникаций в условиях кризиса, рекламной и PR- коммуникаций в сфере креативной индустрии;
- создать необходимые условия для овладения навыками культурологического анализа теоретических и практических аспектов коммуникационного менеджмента в рекламе и PR коммерческих и некоммерческих компаний, управления массовыми коммуникациями в рекламной и PR-деятельности с помощью мифотворчества в условиях интеграции современных медиапрактик и креативной индустрии;
- подготовить обучающихся к успешному освоению основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01

Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997.

Дисциплина **«Коммуникационный менеджмент»** реализуется в базовой части профессионального модуля основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

В соответствии с учебным планом направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» предусмотрены следующие виды деятельности:

- коммуникационная,
- рекламно-информационная,
- информационно-технологическая.

Данный курс необходим для дальнейшего обеспечения непрерывной и целостной подготовки будущего бакалавра рекламы и связей с общественностью, осмысления междисциплинарной интеграции в исследовании теоретических и практических аспектов управления рекламной и PR-коммуникации, их значения в коммуникативной практике; способствует формированию междисциплинарного, креативного мышления, профессиональных компетенций, необходимых для дифференциации основных подходов к анализу медиакоммуникаций с учетом концепции медиа.

Курс имеет интерактивный характер: в ходе его изложения широко используются дискуссии, самостоятельные исследования, анализ кейсов и видео-кейсов, тренинг, дающие опыт погружения в коммуникационные ситуации и отработки конструктивного поведения в этих ситуациях.

В процессе освоения дисциплины **«Коммуникационный менеджмент»** преподаватель опирается на систему знаний, полученных студентами в процессе изучения дисциплин образовательной программы: «Введение в профессию», «Психология», «Социология», «Философия», «Культурология».

Изучение курса **«Коммуникационный менеджмент»** требует установление межпредметных связей с курсами: «Введение в профессию», «Теория и практика массовой коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Менеджмент», «Профессиональная этика», «Основы теории коммуникаций», практикум «Технологии эффективного общения» и «Психология массовых коммуникаций».

«Входной» контроль знаний студентов при изучении дисциплины **«Коммуникационный менеджмент»** предполагает выявление степени ориентации студентов в понятиях, сформированных в процессе изучения дисциплин: «Введение в профессию», «Менеджмент», «Культурология», «Теория и практика массовой коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология», «Основы теории коммуникаций» и «Психология массовых коммуникаций».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым для изучения учебной дисциплины:

- наличие знаний и способностей использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения;
- умений обработки данных официальных источников и периодической литературы;
- умеет ориентироваться в коммуникативной ситуации и формировать навыки эффективного делового общения;
- владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- имеет навыки индивидуального консультирования по проблемам интерперсонального общения.

На занятиях по курсу студенты знакомятся со спецификой выстраивания делового общения, соблюдения соответствующих этических норм поведения в бизнес-среде, установления бизнес-отношений, осмысливают значение рекламы в системе деловых коммуникаций, формировании и поддержании имиджа компании, психологических закономерностях рекламной и PR-коммуникаций в системе международного делового сотрудничества, в целях налаживания сотрудничества бизнеса на международном уровне, выбора стратегии продвижения компании, повышения узнаваемости, конкурентоспособности на рынке с помощью эффективных рекламных технологий, увеличения рентабельности.

Методология преподавания курса «Коммуникационный менеджмент» обусловлена выстраиванием отношений PR-специалистов со СМИ, создания эффективного коммуникативного PR-процесса, в частности в аудиовизуальной сфере, умением их интегрировать в PR-практику, управление связями с общественностью.

Освоение данной дисциплины необходимо для формирования знаний, умений и навыков в области профессиональной деятельности и для решения профессиональных задач предусмотренных ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» и учебным планом академии.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

В результате освоения дисциплины в соответствии с видами профессиональной деятельности согласно учебного плана, на которые ориентирована ОПОП бакалавриата, должны быть решены следующие профессиональные задачи и сформированы следующие общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции: ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14 (табл. 1).

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

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю становления, современные проблемы и тенденции развития и этапы становления коммуникационного менеджмента; – специфику коммуникационного менеджмента как социального процесса в системе гуманитарного знания; – основные понятия коммуникативного менеджмента, необходимые для эффективного PR-сопровождения; – методологию проведения деловых переговоров, деловых совещаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю становления, современные проблемы и тенденции развития и этапы становления коммуникационного менеджмента; – специфику коммуникационного менеджмента как социального процесса в системе гуманитарного знания; – основные понятия коммуникативного менеджмента, необходимые для эффективного PR-сопровождения; – методологию проведения деловых переговоров, деловых совещаний. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю становления, современные проблемы и тенденции развития и этапы становления коммуникационного менеджмента; – специфику коммуникационного менеджмента как социального процесса в системе гуманитарного знания; – основные понятия коммуникативного менеджмента, необходимые для эффективного PR-сопровождения; – методологию проведения деловых переговоров, деловых совещаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять профессиональные навыки делового общения для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – проследить социальную направленность коммуникационного менеджмента, выстраивание коммуникационных процессов; 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю становления, современные проблемы и тенденции развития и этапы становления коммуникационного менеджмента; – специфику коммуникационного менеджмента как социального процесса в системе гуманитарного знания; – основные понятия коммуникативного менеджмента, необходимые для эффективного PR-сопровождения; – методологию проведения деловых переговоров, деловых совещаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять профессиональные навыки делового общения для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – проследить социальную направленность коммуникационного менеджмента, выстраивание коммуникационных процессов; 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p> <p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>правление коммуникационного менеджмента, выстраивание коммуникационных процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять методы и средства коммуникационного менеджмента; – применять полученные знания в профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью к коммуникации и работы в команде для решения задач межкультурного взаимодействия; – навыками конструктивного взаимодействия в переговорном процессе; – методологией проведения деловых переговоров и деловых совещаний; – навыками ведения деловой переписки; – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском странном языках для решения задач межкультурного взаимодействия. 	<ul style="list-style-type: none"> – применять методы и средства коммуникационного менеджмента; – применять полученные знания в профессиональной деятельности; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю становления, современные проблемы и тенденции развития и этапы становления коммуникационного менеджмента; – специфику коммуникационного менеджмента как социального процесса в системе гуманитарного знания; – основные понятия коммуникативного менеджмента, необходимые для эффективного PR- сопровождения; – методологию проведения деловых переговоров, деловых совещаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять профессиональные навыки делового общения для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – проследить социальную направленность коммуникационного менеджмента, выстраивание коммуникационных процессов; – применять методы и средства коммуникационного менеджмента; – применять полученные знания в профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью к коммуникации и работы в команде для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; – навыками конструктивного взаимодействия в переговорном процессе; – методологией проведения деловых переговоров и деловых совещаний; – навыками ведения деловой переписки; – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>
<p>ОПК – 1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p>		

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этические, конфессиональные и культурные различия между людьми; – виды деловой коммуникации; – основные требования к кооперации в коллективе; – основы коммуникационного менеджмента, методики, инструменты планирования в коллективе; – психологические особенности работы в команде; 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этические, конфессиональные и культурные различия между людьми; – виды деловой коммуникации; – основные требования к кооперации в коллективе; – психологические особенности работы в команде; – основы коммуникационного менеджмента, методики, инструменты планирования, организации, контроля коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом принципов коммуникационного менеджмента; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять технологические и организационные основы коммуникационного менеджмента в реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; – анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации при реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах. 	<p>Средний уровень (хорошо)</p>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этические, конфессиональные и культурные различия между людьми; – виды деловой коммуникации; – основные требования к кооперации в коллективе; – психологические особенности работы в команде; – основы коммуникационного менеджмента, методики, инструменты планирования в различных структурах. 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>

<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – традиционными и современными технологиями коммуникационного менеджмента, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия для решения коммуникационных задач коммерческих структур; – способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах. 	<p>рования, организации, контроля коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом принципов коммуникационного менеджмента;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять технологические и организационные основы коммуникационного менеджмента в реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; – анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации при реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – традиционными и современными технологиями коммуникационного менеджмента, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия для решения коммуникационных задач коммерческих структур; – способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах. 	
<p>ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать категориальный аппарат коммуникационного менеджмента в профессиональной деятельности; 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать категориальный аппарат коммуникационного менеджмента в профессиональной деятельности; – применять технологии коммуникационного менеджмента в создании эф- 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p> <p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>нальной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять технологии коммуникационного менеджмента в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками эффективного использования корпоративной информационной системы; 	<p>эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать категориальный аппарат коммуникационного менеджмента в профессиональной деятельности; – применять технологии коммуникационного менеджмента в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками эффективного использования корпоративной информационной системы; 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>
<p>ПК-6 – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологию организационных изменений и создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; – методы и средства анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций; – последствия принимаемых организационно-управленческих решений; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять принципы и методы 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологию организационных изменений и создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; – методы и средства анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций; – последствия принимаемых организационно-управленческих решений; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – последствия принимаемых организационно-управленческих решений; 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p> <p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>объективного анализа организационных изменений;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять технологии регулирования организационных процессов в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и внешние коммуникации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельного нахождения оптимальных путей преодоления сложных организационных ситуаций; – навыками управления организационными изменениями и рассчитывать благоприятное время для введения изменений; – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; 	<ul style="list-style-type: none"> – применять принципы и методы объективного анализа организационных изменений; – применять технологии регулирования организационных процессов в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологию организационных изменений и создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; – методы и средства анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций; – последствия принимаемых организационно-управленческих решений; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять принципы и методы объективного анализа организационных изменений; – применять технологии регулирования организационных процессов в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельного нахождения оптимальных путей преодоления сложных организационных ситуаций; – навыками управления организационными изменениями и рассчитывать благоприятное время для введения изменений; – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>
<p>ПК - 7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологические основы, закономерности и принципы коммуникационного менеджмента в коммерческих структурах; 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологические основы, закономерности и принципы коммуникационного менеджмента в коммерческих структурах; – управленческие аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p>

<p>турах;</p> <ul style="list-style-type: none"> – управленческие аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; – научные принципы, лежащие в основе коммуникаций; – особенности и типы участников коммуникационных процессов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – критически оценивать ситуации с позиции коммуникационного менеджмента; – выполнять задачи внутренних и внешних коммуникаций; – анализировать субъекты коммуникационного процесса; – управлять коммуникативным процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций; 	<ul style="list-style-type: none"> – научные принципы, лежащие в основе коммуникаций; – особенности и типы участников коммуникационных процессов; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологические основы, закономерности и принципы коммуникационного менеджмента в коммерческих структурах; – управленческие аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; – научные принципы, лежащие в основе коммуникаций; – особенности и типы участников коммуникационных процессов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – критически оценивать ситуации с позиции коммуникационного менеджмента; – выполнять задачи внутренних и внешних коммуникаций; – анализировать субъекты коммуникационного процесса; – управлять коммуникативным процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций; – самостоятельно выделить основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями; 	<p>Средний уровень (хорошо)</p>
<ul style="list-style-type: none"> – самостоятельно выделить основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; – навыками использования теор- 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологические основы, закономерности и принципы коммуникационного менеджмента в коммерческих структурах; – управленческие аспекты планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; – научные принципы, лежащие в основе коммуникаций; – особенности и типы участников коммуникационных процессов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельно находить оптимальные пути преодоления сложных критически оценивать ситуации с позиции коммуникационного менеджмента; – выполнять задачи внутренних и внешних коммуникаций; – анализировать субъекты коммуникационного процесса; 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>

<p>ретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента;</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками управления коммуникационными процессами; 	<ul style="list-style-type: none"> – управлять коммуникативным процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций; – самостоятельно выделить основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; – навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента; – навыками управления коммуникационными процессами; 	
<p>ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятия и механизмы управления коммуникациями в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; – специфику целевой аудитории; – особенности процессов управления информационными потоками; – задачи коммуникационного менеджмента при работе с персоналом; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выстраивать систему конкретных задач (формулировка проблем, требующих сбора, анализа и обработки управленческой информации); – формулировать цели, требующие сбора, анализа и обработки управленческой информации; – использовать методы коммуникационного менеджмента при работе с внутренними и внешними коммуникациями; 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятия и механизмы управления коммуникациями в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; – специфику целевой аудитории; – особенности процессов управления информационными потоками; – задачи коммуникационного менеджмента при работе с персоналом; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выстраивать систему конкретно-практических задач (формулировка проблем, требующих сбора, анализа и обработки управленческой информации); – формулировать цели, требующие сбора, анализа и обработки управленческой информации; – использовать методы коммуникационного менеджмента при работе с внутренними и внешними коммуникациями; 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p> <p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>щие сбора, анализа и обработки управленческой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать методы коммуникационного менеджмента при работе с внутренними и внешними коммуникациями; – вырабатывать умения, участвующие в особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров на работу и их адаптации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – конкретными умениями специалиста по связям с общественностью как практика и исследователя в области современных коммуникационных процессов; – навыками и приемам, связанными со спецификой коммуникационного менеджмента; – методами работы по установлению эффективных отношений между менеджерами и обществу, по управлению коммуникационными процессами. 	<ul style="list-style-type: none"> – вырабатывать умения, участвующие в особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров на работу и их адаптации; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятия и механизмы управления коммуникациями в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; – специфику целевой аудитории; – особенности процессов управления информационными потоками; – задачи коммуникационного менеджмента при работе с персоналом; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выстраивать систему конкретно-практических задач (формулировка проблем, требующих сбора, анализа и обработки управленческой информации); – формулировать цели, требующие сбора, анализа и обработки управленческой информации; – использовать методы коммуникационного менеджмента при работе с внутренними и внешними коммуникациями; – вырабатывать умения, участвующие в особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров на работу и их адаптации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – конкретными умениями специалиста по связям с общественностью как практика и исследователя в области современных коммуникационных процессов; – навыками и приемам, связанными со спецификой коммуникационного менеджмента; – методами работы по установлению эффективных отношений между менеджерами и обществу, по управлению коммуникационными процессами. 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>
--	---	----------------------------------

Освоение дисциплины «**Коммуникационный менеджмент**» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997, область профессиональной деятельности, которых включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Освоение дисциплины «**Коммуникационный менеджмент**» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997, объектами профессиональной деятельности, являются:

- федеральные органы государственной власти,
- органы государственной власти субъектов Российской Федерации,
- органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации,
- средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

Освоение дисциплины «**Коммуникационный менеджмент**» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997, подготовленных к решению ряда следующих профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована ОПОП:

1) Задачи в области коммуникационной деятельности:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

2) Задачи в области рекламно-информационной деятельности:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

3) Задачи в области информационно-технологической деятельности:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

В результате изучения дисциплины «**Коммуникационный менеджмент**» *студент должен знать:*

- историю становления, современные проблемы и тенденции развития и этапы становления коммуникационного менеджмента;
- специфику коммуникационного менеджмента как социального процесса в системе гуманитарного знания;
- основные понятия коммуникативного менеджмента, необходимые для эффективного PR-сопровождения;
- методологию проведения деловых переговоров, деловых совещаний.
- этические, конфессиональные и культурные различия между людьми;
- виды деловой коммуникации;
- основные требования к кооперации в коллективе;
- психологические особенности работы в команде;
- основы коммуникационного менеджмента, методики, инструменты планирования, организации, контроля коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом принципов коммуникационного менеджмента;

- методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организации;
- методологию организационных изменений и создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- методы и средства анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций;
- последствия принимаемых организационно-управленческих решений;
- методики создания эффективной коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

уметь:

- применять профессиональные навыки делового общения для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- проследить социальную направленность коммуникационного менеджмента, выстраивание коммуникационных процессов;
- применять технологические и организационные основы коммуникационного менеджмента в реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации при реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.
- применять технологии коммуникационного менеджмента в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации.
- критически оценивать ситуации с позиции коммуникационного менеджмента;
- выполнять задачи внутренних и внешних коммуникаций;
- анализировать субъекты коммуникационного процесса;
- управлять коммуникативным процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций;
- самостоятельно выделить основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями;
- выстраивать систему конкретно-практических задач (формулировка проблем, требующих сбора, анализа и обработки управленческой информации);
- формулировать цели, требующие сбора, анализа и обработки управленческой информации;

- использовать методы коммуникационного менеджмента при работе с внутренними и внешними коммуникациями;
- вырабатывать умения, учитывающие особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров на работу и их адаптации;

владеть:

- способностью к коммуникации и работы в команде для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- навыками конструктивного взаимодействия в переговорном процессе;
- методологией проведения деловых переговоров и деловых совещаний;
- навыками ведения деловой переписки;
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
- навыками оценки своих поступков и поступков окружающих с точки зрения конфликтности;
- традиционными и современными технологиями коммуникационного менеджмента, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия для решения коммуникационных задач коммерческих структур;
- навыками самостоятельного нахождения оптимальных путей преодоления сложных организационных ситуаций;
- навыками управления организационными изменениями и рассчитывать благоприятное время для введения изменений;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- навыками использования теоретического материала для анализа проблем коммуникационного менеджмента;
- навыками управления коммуникационными процессами;
- конкретными умениями специалиста по связям с общественностью как практика и исследователя в области современных коммуникационных процессов;
- навыками и приемам, связанными со спецификой коммуникационного менеджмента;
- методами работы по установлению эффективных отношений между менеджерами и общественностью, по управлению коммуникационными процессами.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

4.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» изучается в 7 учебном семестре и состоит из логически взаимосвязанных тем. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 час.: из них, 50–часы контактной работы, 58ч. - самостоятельная работа, КА – 0,2.

Изучение дисциплины осуществляется студентами очной формы обучения (ОФО), ускоренной очной формы обучения (УОФО), заочной формы обучения (ЗФО), ускоренной заочной формы обучения (УЗФО) объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Таблица 2 - Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	трудоемкость			
	Всего час./з.е	7 сем.	Инте-ракт. час.	кон-троль
Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)	3/108	3/108		
Контактная работа в том числе:	50,2	50,2		
Аудиторные занятия, всего	50,2	50,2		
в том числе:				
Занятия лекционного типа (ЛЗ)	20	20		
Занятия семинарского типа (практич.занятия (ПЗ))	30	30	12	
Лабораторные занятия	0	0		
Иная контактная работа:	0	0		
Контроль самостоятельной работы (КСР)	0	0		
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0		
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0,2	0,2		
Консультации перед экзаменом (Конс)	0	0		
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0	0		
Самостоятельная работа в семестре, всего:	57,8	57,8		
Курсовая работа	0	0		
Проработка учебного (теоретического) материала	14	14		
Выполнение индивидуальных занятий (подготовка сообщений, презентаций, портфолио, самостоятельная работа)	25,8	25,8		
Ведение терминологического словаря	9	9		

Подготовка к текущему контролю	9	9		
Вид итогового контроля по дисциплине	зачет	зачет		

4.2 Структура дисциплины

Таблица 3 - Разделы базового обязательного модуля (разделов) дисциплины и трудоемкость по видам занятий (в часах)

Наименование темы дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости
		Контактная (аудиторная) работа		лаборат. занятия	самост. работа	
		Лекции	Практич.			
Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения. Научные истоки коммуникационного менеджмента	10	2	2	-	6	Терминологический диктант. Эссе. Опрос. Тест.
Тема 2. Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции	12	2	4	-	6	Групповая дискуссия. Тренинг
Тема 3. Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией. Организация как коммуникативный объект.	12	2	4	-	6	Тест. Опрос. Реферат. Решение кейс-задачи. Диспут. Круглый стол.
Тема 4. Управление внешними коммуникациями компании	12	2	4	-	6	Тест. Опрос. Контрольная работа по теме.
Тема 5. Управление внутренними коммуникациями компании	10	2	2	-	6	Презентация. Групповая дискуссия. Научный проект. Эссе.
Тема 6. Управление информационными ресурсами в организации	12	2	4		6	Реферат. Решение кейс-задачи. Деловая и ролевая игра
Тема 7. Способы совершенствования организационных коммуникаций	12	2	2		8	Групповая дискуссия. Тренинг
Тема 8. Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях	12	2	4		6	Групповая дискуссия. Тренинг
Тема 9. Коммуникационный этикет.	16	4	4		7,8	Групповая дискуссия. Тренинг

ИТОГО: 108	50	20	30 (КА- 0,2)	-	57,8	
------------	----	----	--------------------	---	------	--

*Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

4.3 Занятия лекционного типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций и иных учебных занятий, предусматривающих преимущественную передачу учебной информации научно-педагогическими работниками академии.

По дисциплине «Коммуникационный менеджмент» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций.

4.4 Занятия семинарского типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия семинарского типа проводятся в форме: семинаров, практических занятий, практикумов, лабораторные работы, коллоквиумов.

По дисциплине «Коммуникационный менеджмент» занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий

Практическое занятие — это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Такие навыки формируются в процессе выполнения конкретных заданий — упражнений, задач и т. п. — под руководством и контролем преподавателя.

4.5 Содержание дисциплины

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

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

Коммуникационный менеджмент как предмет изучения. Коммуникационный менеджмент как наука и учебная дисциплина. Виды коммуникационных сетей и их базовые характеристики. Формирование коммуникационных сетей. Сущность, виды, специфика современных коммуникаций. Основные парадигмы и подходы к изучению коммуникации. Определение коммуникации. Место коммуникационного менеджмента в общественном устройстве. Теоретические аспекты коммуникативной деятельности (Г.Г. Почепцов, Ф.И. Шарков, Д.П. Гавра). Объект и предмет коммуникационного менеджмента. Цели и задачи коммуникационного менеджмента. Междисциплинарный характер коммуникационного менеджмента. Культурологический подход к исследованию коммуникационных процессов. Функции коммуникационного менеджмента в медиакультурном пространстве. Информация. Виды информации: основная классификация. Внешние и внутренние коммуникации. Письменные и устные коммуникации. Непосредственные и опосредованные коммуникации. Формальные и неформальные коммуникации. Нисходящие и восходящие коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации и их типологические особенности. Разновидности коммуникационных структур. Структура и особенности построения коммуникативного процесса. Источники деловой информации, их достоинства и недостатки.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

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

менеджмента как информационно- коммуникативной технологии в коммерческой структуре. Понятие «коммуникационные технологии». Соотношение понятий «коммуникационные» и «информационные технологии». Модели управления коммуникациями. Стратегии управления коммуникациями, их эффективность. Коммуникация как инструмент управления коммерческими некоммерческими организациями. План управления коммуникациями. Условия управления коммуникациями. Ограничения в управлении коммуникациями в организации. Функции служб коммуникаций. Отделов корпоративных коммуникаций в некоммерческих организациях и информационных служб в органах власти. Коммуникационный менеджмент в медиабизнесе, рекламном бизнесе. Коммуникация с разными группами общественности в коммерческих и некоммерческих организациях, в органах государственного и местного самоуправления. Особенности управления коммуникациями в маркетинговой деятельности коммерческих и некоммерческих организаций. Коммуникативные процессы в управлении имиджем и репутацией коммерческих и некоммерческих организаций. Дифференциация понятий «имидж» и «репутация». Управление имиджем в рекламных, журналистских и PR- коммуникациях. Менеджмент информационных потоков в коммерческой и некоммерческой организации. Информационные ресурсы в управлении коммерческими некоммерческими предприятиями.

Тема 3. Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией. Организация как коммуникативный субъект.

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

Современные средства коммуникации и их классификация. Организация как коммуникативный субъект. Организация как инициатор коммуникативного процесса. Организационная структура. Типы организационных структур. Коммуникационные проблемы организации. Коммуникационные ресурсы организации. Управление коммуникациями в организациях различного типа, в т.ч. коммерческих. Коммуникационный менеджмент как часть системы управления организацией. Технологическое обеспечение деловой структуры. Коммуникационная безопасность. Информационная защита бизнеса. Функции коммуникативного процесса. Задачи коммуникационного процесса. Управление коммуникациями в системе стратегического планирования компании: основные цели и задачи. Менеджмент коммуникаций: особенности стратегического планирования. Основные коммуникационные стратегии в компании: особенности разработки. Формальные и неформальные коммуникации в коммерческих и некоммерческих организациях: методы

управления. Выстраивание коммуникационного процесса в организации. Проблемы в управлении коммуникациями в компаниях. Коммуникационная программа социально-ориентированная деятельность коммерческих и некоммерческих предприятий: особенности разработки. Обеспечение эффективности коммуникационного процесса в организации. Манипулятивные методы в управлении коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях. Управление коммуникационным процессом с помощью манипулятивных приемов в СМИ.

Тема 4. Управление внешними коммуникациями компании

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

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

Тема 5. Управление внутренними коммуникациями компании

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

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

Тема 6. Управление информационными ресурсами в организации

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

Информационные ресурсы организации и их типология. Три способа хранения информации: цифровой (электронный накопитель), оригинальный (архив специальных

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

Тема 7. Способы совершенствования организационных коммуникаций

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

Этапы подготовки к разработке программы совершенствования коммуникаций в организации. Основные пункты программы совершенствования коммуникаций. Фильтрация информационных потоков. Принципы эффективной внутриорганизационной коммуникации. Регулирование информационных потоков. Управленческие действия. Системы обратной связи. Система сбора предложений. Информационные бюллетени. Современные информационные технологии, используемые внутри организаций для оптимизации коммуникационного процесса. Виды коммуникации в PR-деятельности. Деятельность PR-агентства в системе коммуникационного менеджмента. Направления PR-деятельности в коммерческих и некоммерческих организациях. Формирование общественного мнения, корпоративного имиджа организации с помощью PR. Корпоративная стратегия и корпоративная культура. Внутрикорпоративный PR. Манипулятивные технологии в PR. «Черный» PR. Антикризисный PR. А.Н. Чумиков об антикризисных коммуникациях. PR в управлении конфликтами. Использование аудиовизуальных средств в PR-коммуникации. Каналы PR-коммуникации и выстраивание коммуникативного пространства. Информационное сопровождение специальных событий коммерческих и некоммерческих предприятий. Г.Л. Тульчинский об управлении специальными событиями. Работа с инвесторами, со СМИ, с персоналом и клиентами организации. Лоббизм. Спичрайтинг и копирайтинг в PR-деятельности компании. PR-тексты и особенности их составления для СМИ. Жанровое разнообразие PR-текстов. Формы подачи информации. Управление информационными потоками. Роль текста в процессе PR-коммуникации. PR-коммуникации в разных сферах. Современные PR-технологии и особенности их применения. Мобильный маркетинг. Интернет-технологии в PR. Флэшмобы, биеннале, open-air, роад-шоу как современные PR-технологии. Организация и проведение промо-акций, специальных PR-мероприятий. Фандрейзинг, спонсоринг. Формирование и укрепление бренда компании. Мифотворчество в PR-деятельности. Поддержание положительного имиджа и репу-

тации. PR-программы и этапы их реализации. Эффективность PR-деятельности и лояльность потребителей. Эффективность PR-материалов и имидж компании. Влияние мультикультурализма на PR-коммуникации. Соблюдение этических норм в PR-практике. Оценка эффективности и PR-деятельности. Влияние коммуникативных показателей на экономическую эффективность PR-деятельности. Способы совершенствования конкретных форм организационных коммуникаций. Видео- конференции или селекторные совещания. Деловые беседы. Переговоры. Общие собрания. Собрания акционеров. Годовой отчет. Принципы взаимодействия с партнером в бизнесе. Типы деловых собеседников. Технологии коммуникативного воздействия на сотрудников. Практические рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров.

Тема 8. Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

Информационно-психологические каналы связей с персоналом. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности». Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс. Управление формальными коммуникациями: технологии и инструменты. Деловая переписка, деловые разговоры, деловая беседа. Деловое совещание. Правила поведения на совещании для руководителя. Эффективность ведения переговоров. Управление неформальными коммуникациями: технологии и инструменты. Слухи как вид неформальных коммуникаций. Социально-психологические обстоятельства, побуждающие людей распространять слухи. Социально-психологическими обстоятельствами, побуждающие людей воспринимать слух. Принципы профилактики возникновения слухов внутри организации. Управление персоналом через неформальные коммуникации. Возможное использование слухов для конструктивного решения организационных проблем. Интерактивные внутренние средства коммуникации. Вещательные и печатные средства. Понятие «Коммуникационная компания», «информационная компания». Цели информационных и коммуникационных кампаний. Информационный обмен в системе коммуникации компании. Модели коммуникации. Планирование и организация коммуникационных и информационных кампаний: основные принципы работы. От ситуативного анализа до оценки результатов проведенных мероприятий. Особенности проведения коммуникационных и информационных кампаний. Информационная политика и информационные проекты в сфере культуры. Эффективность коммуникационной и информационной кампаний. Коммуникационные проекты: этапы реализации в коммерческих и некоммерческих органи-

зациях. Стратегия и тактика работы со СМИ. Структура проекта коммуникационной кампании. Цели кампании (цели бренда, его маркетинговые и коммуникационные задачи). Планирование: особенности позиционирования бренда, целевая аудитория бренда, креативная стратегия, стратегия ИМК. Основные мероприятия для повышения узнаваемости, публицити и т.д. Медиастратегия. Бюджетирование. Результаты кампании. А.Н. Чумиков об организации и проведении коммуникационных кампаниях. Коммуникационные кампании на основе научных исследований (Эверетт М. Роджерс Дж. Даглас Стори).

Тема 9. Коммуникационный этикет

Перечень изучаемых дидактических элементов содержания дисциплины:

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

4.4 Тематика практических занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Работа студентов на практических занятиях должна осуществляться в соответствии с программой курса и перечнем рекомендуемой литературы.

Теоретический материал закрепляется разбором практических примеров и решением предложенных ситуационных задач.

Содержание практических занятий по курсу предполагает:

- закрепление теоретического материала;
- изучение и анализ ситуаций;
- обсуждение дискуссионных вопросов;
- выполнение практического задания по теме.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1 Управление коммуникацией как вид деятельности

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины.

Сущность управления. Управление и руководство. Структура управления. Типология управления. Ценностные приоритеты. Принципы управления. Функции управления: их классификация. Критерии оценки управленческой деятельности.

Соотношение понятий «коммуникация» и «управление». Управление как базовое понятие коммуникационного менеджмента. Понятие и основные модели коммуникаций. Поведенческая, информационная, образная, психоаналитическая концепции. Концепции НЛП. Коммуникационный процесс. Роль и уровни коммуникации в организациях. Коммуникативные роли. Выявление коммуникативных проблем.

Вопросы для самоподготовки

1. Сущность управления.
2. Структура управления.
3. Ценностные приоритеты.
4. Принципы управления.
5. Функции управления: их классификация.
6. Критерии оценки управленческой деятельности.
7. Соотношение понятий «коммуникация» и «управление».
8. Управление как базовое понятие коммуникационного менеджмента.
9. Понятие и основные модели коммуникаций.
10. Коммуникационный процесс.
11. Роль и уровни коммуникации в организациях.
12. Коммуникативные роли.
13. Выявление коммуникативных проблем.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки, оценивание эссе.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2 Коммуникационный менеджмент. Основные положения и базовые характеристики

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины.

Понятие коммуникационного менеджмента. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента. Корпоративные коммуникации как предмет коммуникационного менеджмента. Объекты и субъекты корпоративных коммуникаций. Гуманитарный смысл: прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента. Специ-

фика функций коммуникационного менеджмента. Коммуникации как объект управления. Основное содержание коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационного менеджмента. Социальный коммуникационный менеджмент. Коммуникационный процесс и информационные технологии. Перспективы развития коммуникационного менеджмента.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные понятия коммуникационного менеджмента. Составляющие коммуникационного менеджмента.
2. Коммуникационный менеджмент как процесс.
3. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих отношений, школа социальных систем).
4. Коммуникация как элемент управленческой деятельности.
5. Коммуникация как процесс. Психологические основы коммуникации.
6. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
7. Определение, признаки, элементы, уровни корпоративной культуры.
8. Содержание корпоративной культуры. Сильные и слабые корпоративные стороны корпоративной культуры.
9. Коммуникации в поддержании корпоративной культуры. Модели корпоративной культуры.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки, проверка выполнения творческого задания.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3 . Организационные основы управления коммуникациями.

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины.

Структура коммуникаций в организации. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры. Определение, признаки, элементы, уровни корпоративной культуры. Содержание корпоративной культуры. Сильные и слабые корпоративные культуры. Коммуникации в поддержании корпоративной культуры. Модели корпоративной культуры.

Понятие информационного поля. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории. Особенности проведения информационных кампаний.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие о межличностной коммуникации. Межличностные отношения в коммуникационном менеджменте.
2. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов
3. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах
4. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах, оценка эффективности управления персоналом.
5. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки, проверка выполнения практического задания.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4 Коммуникационный менеджмент в PR- деятельности

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины

Целевые группы коммуникационного менеджмента. Виды публичного общения. Стратегии взаимодействия. Цели публичного общения. Глубина и действенность PR-воздействия. Средства публичной коммуникации. Классификация средств публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия.

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе.
2. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек.
3. Понятие о коммуникационных сетях.
4. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
5. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм,
6. Управление политическим и социальным маркетингом.
7. Массовая коммуникация как процесс социального взаимодействия
8. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.
9. Понятие об информационной войне.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки, проверка выполнения практического задания.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5 Управление PR-акциями.

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины.

Планирование и контроль PR-кампании. Принципы планирования. Этапы планирования PR-кампании. Контроль PR-акций. Утверждение и решение публичных конфликтов. Типология кризисных ситуаций в публичном общении. PR-акции по преодолению слухов. Типология преодоления публичных конфликтов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.
2. Технология планирование работ.
3. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.
4. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.
5. Контроль и оценка эффективности мероприятий.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки, проверка выполнения практического задания.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6 Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Перечень изучаемых элементов содержания.

Коммуникационная стратегия организации. Анализ коммуникационной ситуации. Управление корпоративными коммуникациями. Кризисные коммуникации. Планирование, проведение и бюджет PR-кампаний. Визуальные и электронные средства по связям с общественностью. Письменные, аудиовизуальные, устные культурно массовые мотивационные средства корпоративных коммуникаций. Организация специальных и представительских мероприятий, презентации, юбилеи и событийные мероприятия. Организация конференций, круглые столы, дни открытых дверей, выставки и торговые ярмарки.

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран.
2. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
3. Психологические измерения организационных культур.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки, проверка и оценивание выполнения практических заданий.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7 Корпоративная культура арт-институций (в интерактивной форме)

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Сравнить национальные особенности корпоративной культуры двух творческих кластеров, современных социокультурных институций.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8 Коммуникационный менеджмент в международных переговорах(в интерактивной форме)

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Проанализируйте два примера информационных кампаний в СМИ, предшествовавших международным переговорам нашей страны с европейскими бизнес-партнерами.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9 Кросс-культурные коммуникации в международном рекламном бизнесе(в интерактивной форме)

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Проанализируйте основные международные рекламные стратегии и приведите примеры их эффективного использования с учетом межкультурных аспектов коммуникации.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 10 Ситуационное задание «Художественное событие как информационный повод: арт- журналистика в действии»(в интерактивной форме)

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Задание по теме:

Студенту следует написать статью о значимом для Краснодара арт-мероприятии, состоявшемся в крупном арт-кластере Краснодара. Задание направлено на формирование у студентов навыков написания коммуникативных рекламных текстов (статей, обзоров, очерков, анонсов), посвященных анализу значимых арт-событий, организованных современными арт-площадками.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 11Тренинг «Ньюзмейкинг на рынке медиапродукции»(в интерактивной форме)

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Задание по теме:

Проследить технологию создания информационных поводов для печатных и электронных СМИ, провести сравнительный анализ ньюс-мейкинга на телеканале, радиостанции, редакции журнала. Проанализировать особенности формирования информационного повода для арт-журналистов, организации специального мероприятия, события как информационного повода для специализированных печатных и электронных СМИ.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 12Тренинг «Создание информационного повода на рынке аудиовизуальных коммуникаций»

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Задание по теме:

Проследить технологию создания информационных поводов для электронных СМИ, провести сравнительный анализ ньюс-мейкинга на телевидении и радио. Проанализировать особенности формирования информационного повода для киножурналистов, организации ивент-мероприятия как информационного повода для специализированных печатных и электронных СМИ.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 13* *Тренинг «Коммуникативная кампания бренда в СМИ»

Цель: сформировать компетенции ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-14.

Проанализировав две коммуникационные кампании известных брендов фирменной одежды, предложите свой вариант коммуникационного брифа для обеспечения эффективной коммуникации одного из брендов на рынке fashion-индустрии.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Формы самостоятельного изучения курса «Коммуникационный менеджмент» могут быть разнообразными: аннотирование, рецензирование, конспектирование, реферирование, написание докладов, рефератов, эссе; подбор методического материала, рекомендаций, памяток, заданий на саморазвитие и самопознание., составление библиографического списка (по отдельным разделам, темам), решение профессиональных задач, составление структурно-логических схем, подготовка презентаций, выполнение творческого задания и т.д.

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и выполнению самостоятельной (домашней) работы

В ходе изучения дисциплины применяется такая форма учебного процесса как самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Роль преподавателя при этом заключается в планировании, организации и контроле самостоятельной работы студентов, в обучении их методам самостоятельного изучения теоретических вопросов. Ориентируясь на четыре компонента содержания образования – знания, умение решать традиционные задачи, опыт творческой деятельности, - целесообразно для дисциплины произвести тщательный отбор фундаментального ядра знаний и специальных задач, выделить в этом материале круг проблем для самостоятельной работы. При выполнении заданий для СРС студент должен руководство-

ваться требованием профилирования своей дисциплины в соответствии с образовательной программой. При выполнении заданий для СРС необходимо соблюдать следующие требования:

- отбор и изложение материала должны обеспечивать достижение целей, изложенных в программе, и понимание прикладного значения данной дисциплины для своей профессии;
- материал заданий должен быть осознаваем и служить средством выработки обобщенных умений;
- при выполнении заданий следует формулировать их содержание в контексте темы.

Основными видами самостоятельной работы являются: работа с печатными источниками информации (конспектом, книгой, документами), работа с компьютерными автоматизированными курсами обучения. При изучении дисциплины основную долю отводимого на самостоятельную работу времени занимает работа с конспектом лекций и другой печатной информацией. СРС является одной из форм организации учебного процесса, которая заключается в объективном условии формирования познавательной, исполнительской, творческой активности и самостоятельности студентов при обучении, является самостоятельной работой.

Цель самостоятельной работы – содействие оптимальному усвоению студентами учебного материала, развитие их познавательной активности, готовности и потребности в самообразовании. Задачами самостоятельной работы:

- углубление и систематизация знаний;
- постановка и решение познавательных задач;
- развитие аналитико-синтетических способностей умственной деятельности, умений работы с различной по объему и виду информацией, учебной и научной литературой;
- практическое применение знаний и умений;
- развитие навыков организации самостоятельного умственного труда и контроля за его эффективностью.

По итогам самостоятельной работы студенты должны:

- научиться проводить рефлексию;

- формулировать получаемые результаты;
- переопределять цели дальнейшей работы;
- корректировать и прогнозировать свой образовательный маршрут.

Контроль за самостоятельной работой студента осуществляется в различной форме в пределах темы по предложенному графику. Выбор темы, если она конкретно не указана, осуществляется индивидуально в консультационный день преподавателя, для чего преподаватель заранее знакомит студента с организацией практикума: программой, структурой курса, формами контроля, основной и дополнительной литературой, а также методами самоподготовки. Студент самостоятельно изучает необходимую литературу и детально рассматривает РПД «Коммуникационный менеджмент», в которой представлена необходимая литература. Работы сдаются преподавателю для проверки согласно графику сдачи СРС. На занятиях или в консультационный день самостоятельно рассмотренные темы представляются в качестве краткого обзора темы и обсуждаются в аудитории, для чего преподаватель отводит специальное время в структуре практического занятия (5 – 7 мин). Преподаватель и студенты имеют возможность задать вопросы. После презентации темы преподаватель выставляет оценку согласно расчету баллов по рейтинговой системе оценивания. СРС должна быть разнообразна; она должна побуждать студентов проявлять самостоятельность при изучении дисциплины; она должна иметь практическую направленность.

В рамках СРС выполняется и подготовка устных сообщений и докладов на практических занятиях. Студентам предлагается самостоятельно выбрать тему для сообщения из обозначенных поисковых систем и согласовать ее с преподавателем. Все вышеназванные задания выполняются в течение семестра и сдаются преподавателю для проверки по заранее оговоренному графику в консультационный день. Самостоятельная работа предусматривает обязательную работу с компьютером по графику. Устные формы контроля помогут оценить владение студентами жанрами научной речи (дискуссия, диспут, сообщение, доклад и др.), в которых раскрывается умение студентов передать нужную информацию, грамотно использовать языковые средства, а также ораторские приемы для контакта с аудиторией. Письменные работы позволяют оценить владение источниками, научным стилем изложения, для которого характерны: логичность, точность терминологии, обобщенность и отвлеченность, насыщенность фактической информацией.

Таблица 7–Виды учебных занятий по дисциплине и организация деятельности студентов

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (см. Глоссарий) и др.
Практические (семинар) занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат	<i>Реферат</i> : Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Коллоквиум	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

При подготовке к лекции студенту рекомендуется:

- 1) просмотреть записи предшествующей лекции и восстановить в памяти ранее изученный материал;
- 2) полезно просмотреть и предстоящий материал будущей лекции;
- 3) если задана самостоятельная проработка отдельных фрагментов темы прошлой лекции, то ее надо выполнить не откладывая;
- 4) психологически настроиться на лекцию.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать

основные положения, выводы, обобщения, формулировки. Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» использует свою терминологию, категориальный, графический материал которыми студент должен научиться пользоваться и применять по ходу записи лекции. Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление.

При подготовке к практическому занятию рекомендуется:

- 1) ознакомиться с темой и планом занятия, чтобы выяснить круг вопросов, которые будут обсуждаться на занятии;
- 2) поработать с конспектом лекции по теме занятия, прочитать соответствующие разделы учебников и других источников;
- 3) выполнить конспект первоисточников и выделить положения и вопросы, не совсем понятные или вызывающие сомнения.

Студентам рекомендуется ознакомиться заранее с темой и целью практических занятий, со списком литературы, изучить ряд первоисточников, уяснить основные понятия, принципы и категории предмета. Большую помощь в этом может оказать конспектирование. Перед конспектированием следует внимательно изучить список вопросов, выносимых на обсуждение в ходе практического занятия. Конспектируются фундаментальные, основополагающие источники, оригинальные произведения выдающихся ученых.

При составлении конспекта не нужно конспектировать все подряд, следует выделять самое главное, познавательное, необходимое для подготовки к занятию; не рекомендуется конспектировать то, что непонятно, если во время изучения материала и конспектирования возникают вопросы или замечания, желательно их записывать. Качественно выполненный конспект позволит неоднократно его использовать, продумать и проанализировать материал заново, выстроить собственное представление о предмете, найти интересующие проблемы, понять и усвоить их, подготовиться к промежуточной аттестации. Не стоит увлекаться ксерокопированием статей, книг, чужих конспектов. Не следует забывать, что память и работа бывают только своими, соответственно и знания тоже.

Кроме конспектирования, желательно, готовясь к занятиям, ознакомиться с публикациями в периодических изданиях, журналах, посвященных изучаемой теме, а также воспользоваться Интернетом. В ходе практических занятий, высказывая свои суждения, задавая вопросы, студент не только демонстрирует свою подготовленность к занятию, но и лучше понимает и запоминает материал.

5.2 Методические указания по написанию реферата

Реферат один из видов самостоятельной научно-исследовательской работы студента. В нем раскрывается суть исследуемой студентом научной проблемы.

Реферирование - процесс свертывания, уплотнения информации, имеющейся в том или иной научном тексте, с целью получения краткого, сжатого содержания, предназначенной для этого статьи, главы книги, монографии и т.д. Главная задача реферирования состоит в том, чтобы при небольшом объеме реферата сохранить как можно больше значимой информации, чтобы неизбежные при реферировании потери информации в минимальной степени коснулись важных и существенных сведений, содержащихся в тексте. Тема реферата определяется преподавателем или избирается студентом самостоятельно, в последнем случае тема реферата, выбранная студентом, в обязательном порядке обговаривается с преподавателем. В дальнейшем допускается незначительное изменение темы реферата только по согласованию с преподавателем. Основной целью работы над рефератом является приобретение навыка библиографического поиска необходимой литературы, аналитической работы с различными источниками по той или иной теме и грамотного письменного изложения.

Задачей реферирования является подробное изучение выбранной проблемы, с возможностью дальнейшего исследования данного вопроса при написании курсовой работы. Реферат должен способствовать формированию навыков исследовательской работы, умения критически мыслить, анализировать, сравнивать, формировать суждения, классифицировать и делать самостоятельные выводы. Объем реферата определяется содержанием первоисточников и может колебаться от 10 до 20 машинописных листов.

В реферате должны быть представлены:

1. Титульный лист.
2. План-оглавление (названия 3-4 параграфов).
3. Введение (объясняется выбор темы; ее значимость, актуальность; указываются цель и задачи по исследуемой теме реферата; могут быть перечислены зарубежные и отечественные исследователи коммуникативистики).
4. Основная часть (в каждом параграфе необходимо раскрыть одну из сторон исследуемой проблемы; каждый параграф должен быть логическим продолжением другого).
5. Заключение (подводятся итоги, даются обобщенные выводы по теме).
6. Список используемой литературы.

7. При разработке реферата необходимо использовать не менее 5-8 научных источников. Количество страниц реферата 10-15.

Композиционно (строение, соотношение и взаимное расположение частей работы) текст реферата также может быть различным. Общая структура любого реферата должна состоять из трех частей: содержание (оглавление), введения, основной части и заключения.

Содержание (оглавление), включающее нумерацию всех параграфов реферата + введение

Во введении обосновывается выбор темы реферата, ее актуальность для науки вообще и для изучения данного учебного курса в частности. Также во введении дается краткая характеристика первоисточников (жанр, цели и задачи авторов). В этой части реферата может быть дан перечень ключевых слов, т.е. слова и словосочетания, выражающие понятия существенные для понимания данной проблемы.

Основная часть реферата. В ней передается содержание изученных первоисточников по данной проблеме. При необходимости (если, например, в работе затрагивается ряд проблем), данная часть работы может содержать несколько глав.

В заключении студент приводит собственные выводы по материалам изученных первоисточников, высказывает аргументированное согласие или несогласие с позицией или точкой зрения авторов. Студенту необходимо знать и строго соблюдать основные требования к оформлению работы. Она должна быть написана логично, последовательно, четко, грамотно; с соблюдением абзацев. Страницы должны быть пронумерованы, и на каждой следует оставлять поля для замечаний рецензента.

Критерии оценки реферата:

1. Соответствие теме;
2. Правильность и полнота использования научной литературы;
3. Оформление реферата.

При подготовке итоговой СРС студент должен:

- 1) выбрать тему исследования;
- 2) осуществить подбор литературы по теме исследования, наметить план работы;
- 3) согласовать с преподавателем содержание и объем работы;
- 4) предварительно сдать преподавателю работу на проверку, подготовиться к итоговому занятию, на котором будут обсуждаться результаты СРС.

В целях достижения высокого качества и результативности семинарских (практических) занятий целесообразно выполнение следующих требований организационного характера:

- наличие четкого расписания семинарских (практических) занятий;

- наличие планов семинарских (практических) занятий и методических указаний к подготовке студентов;
- соответствие семинарских (практических) занятий программе дисциплины;
- нормативная оснащенность студентов учебной литературой.

Качественные характеристики занятия:

- научно-теоретический уровень;
- подготовленность студентов и преподавателя к занятию;
- глубина рассмотрения узловых вопросов;
- внесение в обсуждение элементов дискуссии и проблемности;
- активность студентов в ходе обсуждения вопросов и выполнения практических заданий.

В процессе подготовки письменной работы (учебно-исследовательского проекта, реферата, эссе, контрольной работы) студенты имеют возможность обосновать свое понимание темы, внести свои предложения. При подготовке письменной работы целесообразно придерживаться следующей схемы изучения вопросов:

- уяснение (осмысление), с учетом полученных в Академии ИМСИТ знаний, избранной темы письменной работы;
- подбор (поиск) необходимой научной, справочной, учебной литературы, статистических и социологических сведений, законодательных и иных нормативных правовых актов, а также иных источников;
- анализ и систематизация собранных по теме работы материалов;
- подготовка плана написания работы;
- написание текста работы в объеме, определяемом видом работы: реферат – 15 – 21 стр.; эссе – 7-8 стр.; контрольная работа – 3-5 стр.
- оформление рукописи работы в соответствии с предъявляемыми требованиями (оформление титульного листа, сносок, список используемых источников).

При сборе материалов для написания работы важно ориентироваться как на современные новейшие нормативные источники (использование нормативных актов в последней редакции), так и на предшествующее законодательство РФ, труды ученых и основные научные исследования последних 10-15 лет, а также зарубежный опыт.

В ходе анализа и систематизации, имеющихся по теме материалов, намечается структура работы. Целесообразно план работы согласовать с научным руководителем, предложив для обсуждения несколько вариантов. В соответствии с согласованным планом осуществляется группировка материалов по главам, параграфам либо по пунктам и их

систематизация, т.е. расположение в определенной логической последовательности. Рубрики или иные выделения в тексте должны акцентировать внимание на важных, узловых аспектах темы, выводах, рекомендациях, предложениях.

Написание работы осуществляется самостоятельно путем творческого изложения собранных научных материалов и нормативных источников. При использовании идей, выводов либо текстового материала (цитат) других авторов необходимо делать ссылку на соответствующее издание, где содержатся используемые идеи и материалы. Подготовленная рукопись требует повторного прочтения, критической оценки материала, с целью выявления наиболее слабых, отвлеченно-описательных, недостаточно аргументированных моментов, а также тех частей текста, содержание которых выходит за пределы темы письменной работы. Одновременно осуществляется литературная правка, проверяется правильность написания выходных данных (для научной работы - точное указание фамилии, имени, отчества автора (ов), название научного труда, место издания, название издательства, год издания, номера страниц; для нормативного акта – источник опубликования, год и номер издания, номер статьи. Уточняется правильность оформления работы, написания научно-справочного аппарата в тексте и в конце письменной работы. Допускаются подчеркивание, выделение отдельных мест полужирным шрифтом либо курсивом.

Письменные работы оформляются на стандартной бумаге А4. Текст печатается через полтора интервала и только с одной стороны листа. Сноски оформляются в тексте в квадратных скобках. Необходимо соблюдать следующие размеры полей: левое – 30 мм., правое – не менее 15 мм., верхнее и нижнее – не менее 20 мм. Шрифт: TimesNewRoman. 14 кегль для основного текста.

5.3 Тематика рефератов, докладов и эссе по дисциплине «Коммуникативный менеджмент»

1. Теория и практика отношений с общественностью в России. Этапы эволюционного развития.
2. Национальные особенности PR в мировой практике.
3. Организация работ по реализации планов в сфере коммуникационного менеджмента.
4. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом российских предприятий.
5. Особенности проведения информационных кампаний в России.
6. Коммуникационный менеджмент в стратегическом управлении организацией.

7. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
8. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран.
9. Модели и теории убеждения в практике коммуникационного менеджмента.
10. Организация работы отдела по связям с общественностью
11. Специальные события в public relations.
12. Коммуникационное сопровождение проектной деятельности.
13. Реализация технологий коммуникационного менеджмента для планирования и проведения PR-события.
14. Коммуникационная программа для конкретного клиента (по выбору студента)
15. Разработка программы для продвижения репутации кампании.
16. Планирование информационной кампании: цели, аудитория, средства коммуникации.
17. Роль и система лоббирования в государственных структурах.
18. Коммуникационный менеджмент во внешнеполитических ведомствах: роль, особенности, тенденции развития.
19. Разработка коммуникационного плана для управления кризисной ситуацией в организации.
20. Взаимодействие со СМИ в кризисной ситуации.
21. Культура разрешения конфликтной ситуации.
22. Культура самоконтроля.
23. Роль и значение посредника в разрешении конфликта.
24. Искусство переговоров в практике коммуникационного менеджмента.
25. Межкультурные конфликты в практике коммуникационного менеджмента.

5.4 Интерактивные формы организации самостоятельной работы студентов

В связи с переходом на деятельностную парадигму образования самостоятельная работа приобретает новую «роль» в процессе обучения. Самостоятельная работа становится ведущей формой организации обучения, и вместе с тем возникает проблема ее активизации. Активизировать самостоятельную работу значит значительно повысить ее роль в достижении новых образовательных целей, придав ей проблемный характер и мотивирующий субъектов на отношение к ней как ведущему средству формирования общекультурных и профессиональных компетенций.

Самостоятельная работа студентов - это планируемая работа, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного

участия. Она способствует углублению и расширению знаний, формированию интереса к познавательной деятельности, овладению приемами процесса познания, развитию познавательных способностей.

Самостоятельная работа студентов подразделяется на аудиторную и внеаудиторную. Аудиторную самостоятельную работу составляют различные виды контрольных, творческих и практических заданий во время семинаров (практических занятий), лекций.

Внеаудиторная самостоятельная работа традиционно включает такие формы, как выполнение письменного домашнего задания, подготовка к разбору ранее прослушанного лекционного материала на практическом занятии, подготовка доклада, выполнение реферата, курсового проекта и др. Основными критериями качества организации самостоятельной работы служит наличие контроля результатов самостоятельной работы и технических условий выполнения заданий.

Организация самостоятельной работы может идти одновременно по нескольким **направлениям**: разработка частных алгоритмов решения типовых задач, эвристических предписаний, обучающих программ, индивидуализация самостоятельных работ, специализация самостоятельной работы с учетом практических задач будущей профессиональной деятельности; разработка новых технологий обучения, обеспечение методической и справочной литературой, - применение компьютерных технологий и т.д.

Очевидно, что управление самостоятельной работой предполагает ее формализацию, организацию, контроль выполнения, определение эффективности. Формализация самостоятельной работы должна проводиться в несколько этапов, каждый из которых «узаконивается» стандартом. Успех в организации и управлении самостоятельной работы невозможен без четкой системы контроля за ней. Существующий контроль в виде приема выполненных работ в конце семестра обуславливает дезорганизацию самостоятельной работы студентов в течение всего семестра, тем более, что при этом у преподавателя отсутствует обратная связь. В этом случае происходит не управление самостоятельной работой, а констатация факта - сделано, не сделано. Наиболее эффективно календарное планирование контроля поэтапного выполнения самостоятельной работы. Причем, оцениваться должен каждый этап, так как из этого в дальнейшем складывается общая оценка за выполнение всей совокупности работ. В некоторых случаях необходим простой календарный контроль фактического выполнения объема, и чем меньше контролируемый отрезок времени, тем эффективнее контроль.

В современных условиях стремительного расширения информационного пространства, увеличения степени его неконтролируемости со стороны преподавателя, более быстрого освоения студентами методов поиска информации, готовности и способности

работать самостоятельно заставляет по-новому оценить важность подготовки студентов в вузе.

Современные программные средства и методы работы с разносторонней информацией, размещенной в Интернете, дают возможность решать педагогические задачи по-новому, что относится и к организации самостоятельной работы студентов.

Основными современными формами организации самостоятельной работы студентов являются творческие работы и работа с информационными компьютерными технологиями.

5.5 Работа с информационными компьютерными технологиями

Работа с информационными компьютерными технологиями предполагает разработку преподавателем заданий с использованием Интернет-технологий в режиме on-line.

Задания для самостоятельной работы могут быть направлены на:

- 1) поиск студентами информации, задания на поиск и обработку информации;
- 2) на организацию взаимодействия в сети;
- 3) задания по созданию web-страниц;
- 4) выполнение проектов.

Поиск студентами информации, задания на поиск и обработку информации включает:

- написание реферата-обзора; рецензию на сайт по теме;
- анализ существующих рефератов в сети на данную тему, их оценивание;
- написание своего варианта плана лекции; написание фрагмента лекции; составление библиографического списка;
- ознакомление с профессиональными телеконференциями, анализ обсуждения актуальных проблем.

Задание на организацию взаимодействия в сети:

- обсуждение состоявшейся или предстоящей лекции в списке рассылки группы;
- работа в списках рассылки;
- общение в синхронной телеконференции (чате) со специалистами или студентами других групп или вузов, изучающих данную тему;
- обсуждение возникающих проблем в отсроченной телеконференции;
- консультации с преподавателем и другими студентами через отсроченную телеконференцию;
- консультации со специалистами через электронную почту.

Выполнение проектов:

- работа по проектам, предложенным преподавателем (использование всего комплекса возможностей телекоммуникационных сетей: поиск информации, диалог в сети, создание web-страниц и web-квестов);
- разработка и проведение собственных проектов.

Ведущими способами современной организации процесса интерактивного обучения в вузе является самостоятельная работа студентов с использованием возможностей телекоммуникационных сетей с целью создания тематических **веб-квестов и веб-страниц.**

Веб-квестом называется специальным образом организованный вид самостоятельной исследовательской деятельности, для выполнения которой студенты осуществляют поиск информации в сети Интернет по указанным адресам. Они создаются для того, чтобы рационально использовать время самостоятельной работы студентов, быстро находить необходимую разнообразную информацию, использовать полученную информацию в практических целях и для развития навыков критического мышления, анализа, синтеза и оценки информации. Веб-квест представляет собой специальным образом организованную *веб-страницу*. Веб-квесты могут быть краткосрочными и долгосрочными.

Задания по созданию веб-страниц

- размещение выполненных рефератов и рецензий на сайте;
- публикация библиографии по теме;
- создание тематических веб-страниц индивидуально и в мини-группах;
- публикация курсовых и квалификационных работ обучающихся на сайте;
- публикация методических разработок обучающихся; создание банка данных о методических находках обучающихся, банка игр и упражнений и др.

Компьютерные симуляции Другим инновационным способом организации самостоятельной работы студентов являются *симуляции* (интерактивные имитаторы реальных ситуаций), которые считаются одними из самых эффективных и современных практических учебных технологий электронного обучения. Электронное обучение - это обучение в интерактивном, дистанцированном формате через Интернет, локальную внутрикорпоративную сеть - Интернет, по электронной почте или с CD- ROM. Данный вид обучения пока еще остается редкостью в российских вузах и на российском рынке образовательных услуг, но, тем не менее, специалисты говорят о его перспективности, т.к., в первую очередь, он рассчитан на совершенствование студентами умения и способности работать самостоятельно, вести собственное исследование, а также способствует развитию чувства открытия,

творческого ощущения, перемещения студента в реальность будущей профессиональной деятельности.

Симуляция - это помещение людей в «фиктивные, имитирующие реальные» ситуации с целью обучения или получения оценки проделанной работы, это обучение действием или в действии. Качественная симуляция включает три структурных компонента (табл. 8):

1) хорошо продуманная рабочая модель профессиональной среды. Модель как структурный компонент симуляции предлагает ключевые варианты типов поведения и взаимодействий с другими людьми;

2) сценарий процесса симуляции направлен на развитие интуиции, поиска альтернативного нестандартного пути решения проблемы;

3) наставник (ментор), который использует стратегию скэффолдинга (scaffolding), основной характеристикой которой является «угасающая помощь» (fadinghelp) со стороны преподавателя в ходе самостоятельной работы студентов (табл. 8).

«Скэффолдинг» - это метафора, описывающая особый тип процесса инструктирования, которая имеет место в ситуациях взаимодействия преподавателя (или другого более осведомлённого источника) и студентов по решению учебных задач. «Угасающая помощь» со стороны преподавателя в начале обучения может быть частой и содержательной, а к завершению курса значительно уменьшается или вообще отсутствует.

Таблица 8 - Структурные компоненты симуляции

Компоненты	Модель	Сценарий	Ментор
Направленность действий	Специфика профессиональной среды и действия, соответствующие поведению в данной среде	Преодоление критических ситуаций, ошибок	Студент
Функция преподавателя	Установление динамично развивающихся связей между составляющими процесса обучения	Создание обучающих ситуаций, которые провоцируют студента на ошибку	Сопровождение студента, оценка необходимости применения своевременной помощи (стратегия скэффолдинга)

В зависимости от вида симуляций, ментором может быть не только человек, но и сам компьютер (виртуальный ментор).

В целом, можно выделить три основных типа обучающих симуляций.

– симуляции, развивающие быстроту ответной реакции; симуляции, помогающие развить способность решать профессиональные задачи;

- симуляции, направленные на выработку способности оценивать полученную информацию и соответственно распоряжаться ею.

Сложные проверки, контроль и технологии оценки встроены в инструментальные средства симуляций и являются точным отображением эффективности обучения.

Интернет в образовании играет роль источника информации, средства для получения учебной информации, обучения. Самостоятельная работа как путь к саморазвитию личности, ее новые формы, компьютерная грамотность, иностранный язык, в частности английский (75% информации в Интернет на английском языке), становятся современными средствами получения образования. Современные образовательные стандарты предполагают широкое применение активных методов обучения (АМО), а также широкий спектр оценочных средств, позволяющих оценивать компетенции как результаты освоения образовательных программ. Проблематика применения АМО уже достаточно давно привлекает внимание научно-педагогической общественности и считается сферой инновационной деятельности современного преподавателя. АМО можно определить как методы, характеризующиеся высокой степенью включенности обучающихся в учебный процесс, активизирующие их познавательную и творческую деятельность при решении поставленных задач. Особенность имитационных методов - их разделение на игровые и неигровые. Методы, при реализации которых обучающиеся наделяются определенными ролями и соответствующими функциями, относятся к игровым. Они дают наибольший эффект при усвоении материала, так как в этом случае достигается существенное приближение учебного процесса к практической профессиональной деятельности при высокой степени мотивации и активности участников.

Итак, определим современные АМО как методы, направленные на активизацию мышления обучающихся, характеризующиеся высокой степенью интерактивности, мотивации и эмоционального восприятия учебного процесса, и позволяющие:

- активизировать и развивать познавательную и творческую деятельность обучающихся;
- повышать результативность учебного процесса;
- формировать и оценивать профессиональные компетенции, особенно в части организации и выполнения коллективной работы.

Применение АМО как неотъемлемой и существенной составляющей современных образовательных технологий вызывает необходимость формирования специальных знаний и практических подходов у преподавателей и организаторов учебного процесса.

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно - исследовательскую

деятельность, а также для систематического изучения дисциплины. Основными формами организации самостоятельной работы студентов являются:

- самостоятельное изучение авторских текстов;
- работа над теоретическим материалом;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- самостоятельное изучение авторских текстов;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к опросу текущего контроля по всем темам программы;
- подготовка к научной конференции;
- разработка учебно-исследовательского проекта;
- подготовка к зачету.

В практической части программы предусмотрено приобретение студентами умений по постановке диагностических целей обучения, реализации игровых технологий на учебных занятиях в образовательных организациях и внеклассных мероприятиях, по созданию проблемных ситуаций при объяснении нового учебного материала.

Отрабатываются умения по использованию опорных конспектов и обобщающих таблиц на уроках, по планированию изучения учебного материала и организации учебной деятельности обучающихся.

В курсе предусмотрены практические тренинги по моделированию различных методических приемов коммуникационного менеджмента.

5.6 Методические указания для проведения «круглых столов»:

«Круглый стол» - один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма занятий позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога. Эта форма обучения применяется на практических занятиях в интерактивной форме по темам.

«Круглый стол» — семинарское занятие, в основу которого преднамеренно заложены несколько точек зрения на один и тот же вопрос. Обсуждение которых подводит к приемлемым для всех участников позициям и решениям.

Цель - обеспечить свободное, не регламентированное обсуждение поставленных вопросов.

Составляющие КС:

1. неразрешенный вопрос

2. равноправное участие всех заинтересованных сторон
3. выработка приемлемых решений

Формы:

1. Пассивная — когда несколько преподавателей или специалистов обсуждают тему, а группа слушает. Применяется из-за отсутствия предварительной подготовки или при желании продемонстрировать обучающимся профессиональный уровень обсуждения темы.

2. Когда тему обсуждает как бы сам с собой ведущий, но подключает к осуждению учащихся, задавая им конкретные вопросы.

3. Активная — когда идет именно обсуждение, а ведущий, сумев завязать разговор с «обратной связью», направляет его.

Критериями оценки круглого стола являются оценка «зачтено/не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся активно участвовал в круглом столе, его высказывания отражали полноту знаний. Обучающийся может грамотно аргументировать свою точку зрения. Оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся не принимает активного участия в круглом столе, не аргументирует свою точку зрения.

«Круглый стол» - современная форма публичного обсуждения или освещения каких-либо вопросов, когда обучающиеся, имеющие равные права, высказываются по очереди или в определенном порядке.

5.7 Тематика проблемных вопросов для проведения учебных диспутов, дискуссий и круглых столов:

1. Опишите процесс управления. Определите шаги в процессе управления коммуникациями. Какую роль в управлении играет планирование? Почему планирование так важно в процессе управления коммуникациями? Составьте для организации план мероприятий нацеленных на взаимодействие с конкурентами.

2. Следует ли специалисту по связям с общественностью определять аудиторию как «публику вообще»? Ответ обоснуйте.

3. Проведите мониторинг СМИ. Из различных источников массовой информации подберите статьи, нацеленные на формирование общественного мнения по определенным вопросам. Проанализируйте приёмы, использованные в статьях.

4. Ответьте на вопросы. Какие виды корпоративных культур вы знаете? Что влияет на формирование корпоративной культуры? Какую роль играют коммуникации в форми-

ровании корпоративной культуры? Приведите примеры разных видов корпоративных культур. Как вы думаете, что влияет на выбор модели корпоративной культуры?

5. Ответьте на вопросы. Что такое коммуникационная политика компании? Какую роль связи с общественностью играют в коммуникационной политике организации? Почему важно использовать разные сообщения и коммуникационные каналы в программе действий коммуникационной политики? Приведите примеры использования различных коммуникационных каналов организацией при реализации своей коммуникационной политики.

6. Объясните кто такие лидеры общественного мнения. Какую роль лидеры общественного мнения играют в обществе? Приведите примеры лидеров общественного мнения.

7. Объясните, что такое лоббизм. Общественность в целом низко оценивает лоббистов. Думаете ли вы что это восприятие оправдано? Приведите примеры положительных и отрицательных аспектов лоббирования.

8. Объясните, что такое манипулирование общественным мнением. В чём проявляется такая манипуляция? Можно ли манипуляцию отнести к технологиям управления? Назовите некоторые этические обязанности человека, использующего методики убеждения для влияния на других людей.

9. На потребительском рынке предлагается высококачественный продукт - лосьон для защиты от солнечных лучей. К сожалению, потребитель демонстрирует нетвердые знания различий лосьона для загара и лосьона от загара. Вашей компании поручено разработать программу по формированию отношения к данному продукту. Какие стратегии коммуникации вы разработаете для освещения продукта в каждом СМИ?

10. Какими способами обладающие властью выпускники и другие дружественно настроенные группы могут обеспечить поддержку учреждению высшего образования? Постройте (схематически), используемые для этого коммуникационные каналы.

5.8 Методические указания для проведения научных дискуссий:

Научная дискуссия - форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или рефератов по предложенной тематике.

Дискуссия групповая - метод организации совместной коллективной деятельности, позволяющий в процессе непосредственного общения путем логических доводов воздействовать на мнения, позиции и установки участников дискуссии.

Целью дискуссии является интенсивное и продуктивное решение групповой задачи.

Метод групповой дискуссии обеспечивает глубокую проработку имеющейся информации, возможность высказывания студентами разных точек зрения по заданной преподавателем проблеме, тем самым, способствуя выработке адекватного в данной ситуации решения.

Метод групповой дискуссии увеличивает вовлеченность участников в процесс этого решения, что повышает вероятность его реализации.

Критериями оценки научной дискуссии являются: по результатам дискуссии, обучающемуся выставляется оценка «зачтено/не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся активно участвовал в круглом столе, его высказывания отражали полноту знаний. Обучающийся может грамотно аргументировать свою точку зрения. Оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся не принимает активного участия в круглом столе, не аргументирует свою точку зрения.

«Дискуссия»-современная форма публичного обсуждения или освещения каких-либо вопросов, когда обучающиеся, имеющие равные права, высказываются по очереди или в определенном порядке.

5.9 Практико-ориентированные задания по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Блиц-опрос 1

1. Определение понятия «коммуникации» по А.Б. Зверинцеву.
2. Назовите известных ученых специалистов по управлению коммуникациями?
3. Что является объектом и предметом коммуникационного менеджмента.
4. Каковы цели и задачи коммуникационного менеджмента?
5. Что представляет собой культурологический подход к исследованию коммуникационных процессов?
6. Перечислите функции коммуникационного менеджмента в медиакультурном пространстве.
7. Исследования коммуникаций в системе социально-гуманитарного знания.
8. Какова структура управления информационными потоками?

Блиц-опрос 2

1. Перечислите направления коммуникационного менеджмента. Взгляды социологов, культурологов, социальных психологов, лингвистов, психолингвистов, социолингвистов, рекламоведов, пиарологов на менеджмент коммуникаций.
2. Что представляет собой профиограмма менеджера по коммуникациям.
3. Автор модели личностно-деловых качеств современного менеджера?
4. Как организована работа службы коммуникации в коммерческих и некоммерческих предприятиях?
5. Дайте определение понятию «коммуникационные технологии».
6. Как соотносятся понятия «коммуникационные» и «информационные технологии». Модели управления коммуникациями.
7. Какие стратегии управления коммуникациями Вы знаете?

Блиц-опрос 3

1. Коммуникация как инструмент управления коммерческими некоммерческими организациями.
2. Как разрабатывается план управления коммуникациями.
3. Каковы ограничения в управлении коммуникациями в организации.
4. Перечислите функции служб коммуникаций, отделов корпоративных коммуникаций в некоммерческих организациях и информационных служб в органах власти.
5. В чем специфика коммуникационного менеджмента в медиабизнесе, рекламном бизнесе.
6. Как осуществляется коммуникация с разными группами общественности в коммерческих и некоммерческих организациях, в органах государственного и местного самоуправления.
7. Каковы особенности управления коммуникациями в маркетинговой деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.
8. Как выстраивается коммуникативный процесс в управлении имиджем и репутацией коммерческих и некоммерческих организаций.

Блиц-опрос 4

1. Дифференциация понятий «имидж» и «репутация».

2. Как осуществляется управление имиджем в рекламных, журналистских и PR- коммуникациях.
3. Что представляет собой менеджмент информационных потоков в коммерческой и некоммерческой организации.
4. Какие информационные ресурсы используются в управлении коммерческими некоммерческими предприятиями.
5. Перечислите функции коммуникативного процесса.
6. Задачи коммуникационного процесса.
7. Каковы цели управления коммуникациями в системе стратегического планирования компании: основные цели и задачи.
8. Какова роль коммуникационного менеджмента в системе стратегического планирования компании

Блиц-опрос 5

1. В чем особенности разработки коммуникационных стратегий в компании:
2. Какие коммуникации называют формальными и неформальными в коммерческих и некоммерческих организациях
3. Какие существуют проблемы в управлении коммуникациями в компаниях.
4. Каков алгоритм разработки коммуникационной программы в коммерческих и некоммерческих организациях: особенности разработки.
5. Как достигается эффективность коммуникационного процесса в организации.
6. Какие манипулятивные методы используются в управлении коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях.
7. Как осуществляется управление коммуникационным процессом с помощью манипулятивных приемов в СМИ.
8. Чем отличается управление корпоративными коммуникациями в коммерческой и некоммерческой организациях?

Задание 1. На примере своей организации (где вы работаете или учитесь) опишите и проанализируйте коммуникационные каналы, движение информации по ним, субъектов коммуникации.

Задание 2. Составьте профессиограмму современного менеджера по обеспечению коммуникационных процессов.

Задание 3. На примере своей организации (в которой вы учитесь или работаете) либо на примере организации на ваш выбор проанализируйте факторы конкурентоспособности

персонала, мотивационные программы и эффективное стимулирование персонала.

Задание 4. На основе изучения теоретического материала составьте сравнительную таблицу особенностей коммуникационного менеджмента на государственных предприятиях и в сфере бизнеса: субъекты, целевая аудитория, каналы коммуникации, ключевые сообщения, цели.

Задание 5. На основе изучения теоретического материала проведите сравнительный анализ понятий лоббизм, спонсорство, меценатство.

Приведите примеры из своей сферы деятельности.

Задание 6. 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.

Задание 7. Выберите из представленного перечня коммуникаций 5 наиболее эффективных в одной из указанных преподавателем сфер управления. Аргументируйте свой выбор.

Перечень коммуникаций:

Ознакомление с указами, постановлениями, распоряжениями исполнительной власти, подведение итогов, оценка деятельности, обращение, собеседование при найме на работу, доведение до сведения распорядка работы, пресс-конференция, постановка задач, заседание коллегии, помощь в повышении квалификации, объявления, замечания, премирование, обсуждения, доклады по кадрово-социальным вопросам и об экономическом положении, осмотры предприятия, ведение производственной хроники, первичное ознакомление сотрудников с предприятием, составление и использование производственных справочников, брифинг, обсуждения и переговоры в рамках производственного совета, составление коллективного договора, собрания производственного коллектива, обсуждение служебных обязанностей, использование диктофонной техники, обсуждение дисциплинарных проступков, анализ производственной документации, вводные курсы, предоставление рекомендаций, индивидуальные беседы, специальные доклады, общение по телефону, составление и использование справочников о фирме, листовок, различного рода формуляров, организация досуга, обсуждение деятельности руководства, теледебаты, обучение руко-

водящих кадров, информирование руководства, составление производственных отчетов, использование наглядных средств, рекламные листки, селекторное совещание, информационные сообщения по фирме, выпуск коллективной газеты, вручение юбилейных адресов, проведение конференции совместно с покупателями и партнерами, взаимодействие с профсоюзами, краткие сообщения и отчеты, использование радио и телесвязи, анализ производственных показателей, личная переписка, личная беседа, отчет, использование плакатов и диаграмм, аттестационное собеседование, рапорты, использование селекторной связи, справка контрольного управления, работа комиссии по технике безопасности, работа кружков качества, организация приемного времени, беседы с увольняющимися, премиальные обеды, слухи, ознакомление с результатами работы комиссии.

Задание 8. Используя представленную ниже информацию, определите 10 факторов позитивно и 10 – негативно влияющих на качество и эффективность функционирования коммуникаций. Прокомментируйте свой выбор.

Факторы функционирования коммуникаций:

Усложнение коммуникационных сетей, неформализованные контакты, высокая интенсивность, качество коммуникационных сетей, способность к моделированию межличностных особенностей собеседника, речевая коммуникация, недопонимание, эмпатия, неумение слушать, искренность, отставание слова от мысли, надежность, неформальность, пространственность организации, предвзятость, реакция, конструктивность, желательный ответ, сиюминутная критика, информация, домыслы, выдумки, тревоги, падение трудовой мотивации, умение слушать, расширение полномочий, коммуникативные барьеры: социальные, этнокультурные; психологические: невербальные моменты, конструктивность, неоправданность, специфичность, плохая коммуникабельность; пересмотр трудовых функций, оперативность информации, неблагоприятный психологический климат, замкнутость, дополнительные программы, поддержки, решительность, вздорность, позитивное отношение, открытость, слабая память, отсутствие обратной связи, неудовлетворенность в признании, стереотип восприятия, аморальность, текучесть, контроль руководства, изобретательность, надежность, готовность к восприятию, застенчивость, назойливость, несовместимость, лень, зло, беспомощность, эмоциональность, оборонительность, жесточенность, самоуверенность, запуганность, неполнота восприятия, восторженность, семантика.

Задание 9. Как лучше работать с хозяйственным партнером, клиентом? Этот вопрос стоит перед каждым менеджером. Здесь можно использовать следующие подходы:

1. Попробовать создать доверительную атмосферу при переговорах, используя обороты речи партнера.
2. Попросить партнера более подробно рассказать о проблеме. Это будет способствовать более четкому определению позиций сторон.
3. Помочь партнеру глубже вникнуть в ситуацию, делая по ходу беседы краткие, запоминающиеся общения-заклучения.
4. Ориентировать партнера на творческое рассуждение, чтобы проблема получила более разностороннее освещение.
5. Убедить партнера, что откладывать решение в сложившейся ситуации невыгодно. Это позволит определить реальность намерений партнера о сотрудничестве с вами.
6. Изложить собственное решение проблемы, но в ряду других возможных. Тогда клиент выберет решение самостоятельно, но скорее всего предложенное вами.

Постарайтесь оценить:

1. Какой из отмеченных вами подходов, на ваш взгляд, наиболее эффективен?
2. Какие еще подходы в деловых переговорах, способствующие их успеху, вы могли бы предложить?

Задание 10. В деловом разговоре, при переговорах важно учесть психологический склад, внутренний мир, темперамент, настроение собеседника. Начиная беседу, вы должны разработать ее модель. Вот группа контрольных вопросов для вас:

1. Какую главную цель я ставлю для себя в переговорах?
2. Могу ли я обойтись без этой беседы?

3. Готов ли к обсуждению предлагаемой темы мой собеседник?
4. Уверен ли я в благополучном (для меня) исходе разговора?
5. Уверен ли в том же мой собеседник?
6. Что я должен уяснить для себя?
7. Какой исход устроит (или не устроит) меня, его, обоих?
8. Какие приемы воздействия на собеседника я использую в разговоре?
9. Какие вопросы я буду задавать?
10. Какие вопросы может задать мне собеседник?

Задание 11. Ролевое упражнение «Развитие навыков ведения переговоров»

Исходя из цели переговоров, представления о собеседнике по информации преподавателя, разработайте модель беседы.

В соответствии с управленческой ситуацией проведите с партнером переговоры в течение 10 минут. По их завершению проанализируйте результаты и тактику ведения переговоров, обсудите удачные подходы и пути исправления допущенных ошибок.

5.10. Кейс – стадии по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Ситуация 1.

У Вас «горит» важный контракт. И от Вашей встречи с клиентом зависит очень многое. Вы нервничаете перед встречей и осознаете, что настроены давить на собеседника. Однако Вы решаете держать себя в руках и проявлять гибкость, терпение и осторожность. Но уже в середине разговора замечаете, что инициатива «ушла» из Ваших рук, и Вас очень умело заставляют соглашаться с теми пунктами контракта, с которыми соглашаться нельзя. Вы чувствуете, что сейчас все развалится, если Вы что-нибудь не придумаете. Вас охватывает чувство безнадежности. Ваши действия?

Ситуация 2. Ваша фирма благополучно миновала все экономические кризисы и ее финансовое положение отличное. Но Вы заметили, что прежние энтузиазм и рвение подчиненных угасли, а впереди – международная выставка и Вам как никогда нужна сплоченная профессиональная команда. Какими способами Вы поднимите упавший дух команды?

Ситуация 3. Вы поздно закончили накануне свою работу, устали и не подготовили, как обычно, план выступления. До начала выступления осталось около 10 минут. Вы неплохо знаете тему, но боитесь того, что на качестве выступления может сказаться усталость. Как Вы поступите?

Ситуация 4. Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступите в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что будут слушать Вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.п. Что Вы предпримете для того, чтобы завоевать внимание аудитории и Ваше выступление всем понравилось?

Ситуация 5. На одном из рабочих собраний Вы говорите о проблеме реконструкции Вашего предприятия. У Вас довольно хорошие предложения по этому вопросу, но в зале сидит несколько Ваших противников, которые не хотят, чтобы Ваши предложения были приняты руководством. Они задают Вам каверзные вопросы, делают едкие замечания, резкие выпады против Вас лично и против Ваших предложений. После очередного такого замечания Вы говорите...

Ситуация 6. В штаб-квартире крупной компании активно действует «система» слухов, по которой передается самая разнообразная информация. Однако за последнее время ложные слухи стали распространяться как лесной пожар. К примеру, идут разговоры о новом изменении структуры, которое в первую очередь будет направлено на сокращение штатов.

Ситуация 7. У ворот сталелитейного завода возникла случайная встреча профсоюзных деятелей с работниками по поводу снижения денежных поощрений в связи с увеличением объема инвестиций в развитие технологических процессов. Разгорелась дискуссия.

Ситуация 8. В начале рабочего дня в присутствии других работников в коридоре подчиненный поставил вопрос перед руководителем офиса по поводу его чрезвычайной на-

грузки, чрезвычайно трудными заданиями, явно направленными на его дискредитация как опытного специалиста.

Ситуация 9. На совещании по проблеме внедрения инновационных технологий один из специалистов высказал критику в адрес руководителя, отказавшегося поддержать его нововведения. Это произошло якобы потому, что специалист не предложил руководителю стать соавтором.

Ситуация 10. На презентации нового партнера Вашего предприятия и соответственно предлагаемых несколько новых проектов международного сотрудничества, в нарушении порядка, выступил один из присутствующих, как оказалось, представитель конкретной фирмы. Он громогласно заявил, что эти проекты не реализованы и зарубежная фирма не собирается продуктивно сотрудничать с вашим предприятием, а только демонстрирует поддержку, в связи со сложившимся в последнее время рейтингом объема производства и продаж Вашего предприятия.

Ситуация 11. Вы видите, что на переговорах Ваш партнер намеренно искажает факты. Как Вы поступите в этом случае?

Ситуация 12. Вы ведете переговоры. Ваш партнер утверждает нечто, безусловно, ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Вам необходимо переубедить его.

Ситуация 13. На переговорах вместо того, чтобы выдвигать конкретные предложения, оппонент ссылается на Ваши прежние промахи, имевшие место несколько месяцев назад. Как Вы поступите в этом случае?

Ситуация 14. На переговорах между вами и Вашим партнером произошел конфликт. Вас обоих быстро захватывают отрицательные эмоции. Напряжение стремительно возрастает. Ваши действия в этой ситуации?

Ситуация 15. Вы установили контакт с японской фирмой, с которой хотите заключить договор. Вас приглашают в Японию, встречают как самого дорогого гостя, предлагают обширную программу развлечений с обедом в дорогом ресторане, а когда дело доходит до переговоров, японцы просят подождать пару дней. И потом довольно продолжительное

время сообщают Вам о периодически возникающих затруднениях. Как Вы поступите в этой ситуации?

Ситуация 16. Вы – менеджер фирмы и Вам предстоят переговоры, очень важные для Вас, с представителем другой фирмы по поводу заключения договора о сотрудничестве. В начале беседы Вы видите, что Ваш партнер настроен благожелательно и поэтому эмоционально «расписываете» ему все преимущества Вашего с ним сотрудничества, сопровождая Вашу речь энергичными жестами. Но затем Вы замечаете, что Ваш партнер принимает «закрытую» позу – скрещивает руки на груди и, высказывая свое мнение по данному вопросу, избегает смотреть Вам в глаза. Ваши действия?

Ситуация 17. А - Начальник исследовательской лаборатории, В – менеджер фирмы, ответственный за все научно-исследовательские работы. Вместе учились в колледже, работают в фирме 6 лет.

Одна из недавно работающих подчиненных, А, произвела на него впечатление своей работой, заняв по итогам года 3 место из 11 возможных. По условиям договора фирмы с подчиненной С ей полагается 5% повышение зарплаты, однако были случаи повышения на 10% и более.

Позиция В: увеличить зарплату до 8%, не более. Руководство компании стремится экономить фонд зарплаты, но также и заинтересовано в сохранении в коллективе хороших работников. Задача – сэкономить средства насколько возможно.

Ситуация 18. Вы заместитель руководителя коллектива небольшой фирмы. Длительное время рассматривался вопрос об участии фирмы в долгосрочном проекте, первый этап реализации которого (один год) не сулил увеличения прибыли и даже возможно потребовалось небольшое сокращение штата сотрудников, но уже через два года прибыль должна увеличиться на 30%, а через пять лет в 2 раза. Большинство работников, часть из которых являются акционерами, одобряют этот проект. Однако, в последний момент, перед его утверждением, руководитель принял сторону неправого меньшинства.

Ситуация 19. Районная налоговая инспекция предъявляет претензии фирме (Вы – руководитель) по поводу неполного исчисления объема налога (по мнению инспекции) и предупреждает о возможных жестких мерах. Убедите представителя налоговой инспекции о необоснованности этих мер.

Ситуация 20. За несколько минут до начала заседания регионального органа исполнительной власти, на котором должен обсуждаться вопрос о финансировании строительства крупного объекта социально-культурного назначения из федерального министерства сообщили о значительном уменьшении доли федеральных средств в общем объеме финансирования. Вы – руководитель департамента, как проведете переговоры с председательствующими на заседании?

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Современные образовательные технологии выполняют гуманистическую, развивающую, методическую, проектировочную и другие функции. Эти технологии опираются на принципы целостности, вариативности, интерактивности, фундаментализации, профессиональной направленности, информационной поддержки и др.

Образовательная технология— это система взаимосвязанной деятельности преподавателя и обучающихся, основанная на конкретной концепции в соответствии с определенными принципами и взаимосвязью целей, содержания, методов, средств обучения. Образовательные технологии разрабатываются педагогической наукой и внедряются в педагогическую практику высшей школы с целью повышения эффективности образовательного процесса, развития профессионально и социально компетентной личности специалиста. Существенными характеристиками образовательных технологий являются следующие:

- концептуальность — опора на определенную научную концепцию, идею, лежащую в основе проектирования данной технологии;
- целостность — логическая взаимосвязь структурных элементов, придающая образовательной технологии заданные качества;
- управляемость — возможность диагностического целеполагания, мониторинга учебно-воспитательного процесса и его коррекции;
- воспроизводимость — возможность применения, воспроизведения данной образовательной технологии многими преподавателями;

- эффективность — достижение поставленных целей в соответствии с образовательными стандартами при минимизации временных и экономических затрат.

Образовательные технологии по своим целям, содержанию, применяемым методам и средствам имеют достаточно много сходства и могут быть классифицированы по этим общим признакам.

По уровню применения выделяют общепедагогические, частнометодические (предметные) и локальные (модульные) технологии.

По концептуальной основе различают теоцентрические, натурцентрические, социоцентрические, и др.

По доминирующему методу и средствам обучения выделяют репродуктивные, тренинговые, диалогические, развивающие, творческие, игровые, компьютерные, программного обучения, проблемного обучения, коммуникативного обучения, дистанционного обучения.

По организационным формам классифицируют лекционно-практические, индивидуальные, групповые, коллективные, дифференцированного обучения.

По характеру педагогического взаимодействия различают авторитарные, лично-ориентированные, лично-деятельностные, сотрудничества.

6.1 Технологии обучения

Основные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины «Коммуникационный менеджмент»:

- Технология развития критического мышления и проблемного обучения (реализуется при решении учебных задач проблемного характера).
- Технология контекстного обучения - обучение в контексте профессии (реализуется в учебных заданиях, учитывающих специфику направления и профиля подготовки).
- Технология проектной деятельности (реализуется при подготовке студентами проектных работ любого рода).
- Технология интерактивного обучения (реализуется в форме учебных заданий, предполагающих взаимодействие обучающихся, использование активных форм обратной связи).
- Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды Академии ИМСИТ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

В обобщенном виде сегодня можно представить анализ обобщения технологий обучения, которые являются наиболее распространенными в области образования (см. таблицу 11).

Таблица 11 – Анализ обобщенных технологий обучения

Название	Цель	Сущность	Механизм
Технология проблемного обучения	Развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов	Последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешая которые студенты активно усваивают знания	Поисковые методы; постановка познавательных задач
Технология концентрированного обучения	Создание максимальной близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса	Глубокое изучение предметов за счет объединения занятий в блоки	Методы обучения, учитывающие динамику работоспособности студентов
Технология модульного обучения	Обеспечение гибкости обучения, приспособление его к индивидуальным потребностям личностной базовой подготовки	Самостоятельная работа студентов по индивидуальной учебной программе	Проблемный подход, индивидуальный темп обучения
Технологии развивающего обучения	Развитие личности и ее способностей	Ориентация учебного процесса на потенциальные возможности человека и их реализацию	Вовлечение студентов в различные виды деятельности
Технология дифференцированного обучения	Создание оптимальных условий для выявления задатков, развития интересов и способностей	Усвоение программного материала на различных планируемых уровнях, но не ниже обязательного (ФГОС)	Методы индивидуального обучения
Технология активного (контекстного) обучения	Организация активности студентов	Моделирование предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности	Методы активного обучения
Технология деловой игры	Обеспечение личностно-деятельностного характера усвоения знаний, умений, навыков	Самостоятельная познавательная деятельность, направленная на поиск, обработку, усвоение учебной информации	Игровые методы вовлечения студентов в творческую деятельность

В современных условиях в концептуальных основаниях инновационных образовательных технологий доминирующей является теория личностно ориентированного образования, основу которой составляют:

- концепция личностно-развивающего обучения (В.В. Давыдов, Л.В. Занкова, Д.Б. Эльконин);
- культурологическая концепция образования (М.М. Бахтин, В.С. Библер, Е.В. Бондаревская);
- личностно-дифференцированная концепция образования (В.В. Сериков);
- субъектно-личностная концепция образования (И.С. Якиманская).

Анализ этих концепций позволяет сделать вывод о том, что сущность личностно ориентированного образования заключается в последовательном отношении педагога к обучающемуся как к личности, самостоятельному и ответственному субъекту собственного развития и образования.

Аксиологический аспект личностно ориентированного образования заключается в рассмотрении человека как самостоятельной, главной ценности.

Дидактический аспект личностно ориентированного образования предполагает:

- создание условий для обучения всех по-разному;
- замену субъект-объектных отношений в образовательном процессе на субъект-субъектные;
- придание содержанию образования личностного смысла и личностной значимости;
- обеспечение обучающимся права выбора способов усвоения учебного материала, формирование индивидуального стиля учебной деятельности и собственной траектории образования;
- использование развивающих, интерактивных образовательных технологий, создание развивающей образовательной среды;
- уровневую дифференциацию образовательного процесса в зависимости от способностей и возможностей обучающихся;
- развитие у обучающихся способностей к самоанализу и рефлексии;
- осуществление преподавателем роли фасилитатора, организатора учебной деятельности обучающихся, умеющего создавать для обучающихся ситуацию успеха и проявлять свои неординарные педагогические способности.

Основу личностно ориентированной образовательной технологии составляет интерактивное педагогическое взаимодействие всех участников образовательного процесса: преподавателей с обучающимися и обучающихся между собой.

Интерактивное обучение предполагает обязательную работу обучающихся в малых группах на основе кооперации и сотрудничества. Интерактивные методы предполагают также использование игровых форм обучения. При этом основная роль преподавателя заключается в умении организовать продуктивную групповую и межличностную коммуникацию обучающихся. Интерактивное обучение опирается не только на процессы восприятия, памяти, внимания, а прежде всего на творческое продуктивное мышление и общение. Педагогическими средствами интерактивного обучения являются:

- субъект-субъектное и групповое взаимодействие (субъектная позиция, сотрудничество, кооперация, конструктивная и доброжелательная атмосфера);
- диалог-полилог (умение слушать, задавать вопросы и отвечать на вопросы, высказывать и отстаивать собственную точку зрения, вести полемику);
- мыслительность и смысловторчество (умение осуществлять мыслительные операции, четко выражать смысл своей позиции, понимание и объяснение смысла законов, явлений, теорий, фактов);
- свобода выбора средств и способов усвоения учебного материала (проявление творчества, самостоятельности, выбор способов решения учебных задач, проявление индивидуального стиля учебной деятельности);
- ситуация успеха (применение комплекса педагогических средств, способствующих успеху в учебной деятельности всех субъектов образовательного процесса);
- рефлексия (самоанализ и объективная оценка и самооценка результатов личностного развития и учебной деятельности).

Концептуальной составляющей профессионального образования является также теория контекстно-ситуационного обучения, которая обоснована А.А. Вербицким. Согласно этой теории, обучение осуществляется в контексте будущей профессиональной деятельности и выступает формой личностной активности и условием формирования профессионально важных качеств личности будущего педагога. Контекст является смыслообразующей категорией, обеспечивающей активное включение обучающихся в процесс познания и овладения будущей профессией.

Основной единицей учебной работы преподавателей и студентов здесь становится не очередная порция информации, а ситуация в ее предметной и социальной определенности, деятельность обучающихся приобретает черты, в которых проявляются особенности будущей профессиональной деятельности. Предъявление и решение ситуационных задач и упражнений развивает мыслительные способности обучающихся, формирует у них ценностное отношение к образованию и профессии.

Наиболее успешно этот подход реализуется с помощью кейс-технологии. Кейс-задания, компетентностные задачи, видеокассеты, игровые или документальные видеоролики с емким изложением учебно-производственных ситуаций предъявляются и решаются на учебных занятиях. Актуальность контекстного обучения в настоящее время обусловлена необходимостью формирования у будущих педагогов общекультурных и профессиональных компетенций.

Таким образом, теория личностно ориентированного образования, в основе которой лежит идея интерактивного педагогического взаимодействия, и теория контекстно-ситуационного обучения составляют концептуальную базу инновационных образовательных технологий в процессе освоения данной дисциплины.

6.2 Основные виды лекционных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Основными видами современных лекционных, семинарских (практических) занятий по дисциплине являются следующие:

Современная вузовская лекция

В педагогической практике сложились и применяются несколько подходов к определению видов лекций.

1) По дидактическому назначению лекции различаются на:

- вводные, цель которых пробудить и усилить интерес студентов к предмету, развить мотивы познания, помочь сориентироваться в литературе, дать импульс к самостоятельной работе;
- тематические, содержащие факты, их анализ, выводы, доказательства конкретных научных положений и т.д.;
- заключительные - по теме, разделу, курсу;
- обзорные (по той или иной научной проблеме) - это высокий уровень систематизации и обобщения знаний;
- лекции-консультации - систематизация и освещение ряда проблем, ответы на вопросы и т.п.

По способу изложения материала: проблемная, лекция - визуализация, бинарная лекция, лекция-пресс-конференция, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с заранее запланированными ошибками и др. Рассмотрим особенности, структуру и технологию проведения некоторых из них.

Лекция - это эффективная форма систематического живого контакта сознания, чувств, воли, интуиции преподавателя с внутренним миром слушателя. Это диалог, живое знание, обладающее ценностями, смыслами, а не просто информация. Лектор - это и ученый, и оратор, и воспитатель. Лекция - это способ самовыражения педагога, максимально воздействующий на аудиторию.

Слово лекция имеет латинский корень «lection» - чтение. Лекция является ведущей формой организации образовательного процесса в вузе. Она выполняет обучающую, формирующую, развивающую, воспитательную и организующую функции. Традиционно структура вузовской лекции включает в себя три компонента: введение, основная часть, заключение. Основным недостатком традиционной лекции в вузе является пассивность обучающихся при высокой односторонней активности преподавателя. Поэтому сегодня широкое распространение получают нетрадиционные, инновационные лекции, способствующие повышению активности студентов на занятиях.

Проблемная лекция отличается от традиционной тем, что она опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций и задач, которые надо решать. Психологической основой проблемного обучения выступает противоречие между наличными и необходимыми знаниями и умениями студентов для решения проблемных ситуаций и задач. При подготовке таких лекций нужно решать следующие задачи: подбор необходимого учебного материала, формулирование проблемных ситуаций и вопросов, определение способов их разрешения, подготовка дидактических материалов. На лекции проблемного характера студенты находятся в постоянном процессе «сотворчества» с преподавателем, т.е. соавторами решения проблемных задач. Знания, усвоенные таким образом, становятся достоянием студентов и перерастают в их убеждения. Самостоятельно приобретенные знания являются более прочными и легко актуализируются, они обладают свойствами их переноса в другие ситуации. Решение проблемных ситуаций и задач развивают интеллектуальные способности, и повышает интерес студентов к содержанию профессиональной подготовки.

Методические приемы внесения в лекцию проблемности

1. Постановка проблемных вопросов в начале лекции. Система заранее заготовленных преподавателем информационных и проблемных вопросов составляет своеобразный "инструментальный ящик" преподавателя. Он извлекает из этого "ящика" те вопросы, которые необходимы в данный момент чтения лекции для достижения промежуточных и конечных целей. Проблемные вопросы указывают на существо учебной проблемы и на область поиска неизвестного. Информационные вопросы (традиционное обучение) ставят целью актуализировать уже имеющиеся у студентов знания. Следует отметить, что один и

тот же вопрос может быть информационным для сильного студента и проблемным для слабого.

2. Ознакомление студентов с методами науки с целью показа того или иного научного явления в процессе его развития. Это важно не только для изучения истории решения проблем, но и для подкрепления раскрываемых лектором научных положений ссылками на экспериментальную работу, проводимую в настоящее время.

3. Действенность всех приемов введения студентов в мир научных проблем, показа диалектичности развития этих проблем значительно повышается, если лектор предоставляет будущим специалистам возможность занять свою позицию, привлекает их к разрешению выдвигаемых перед ними проблемных ситуаций.

4. Подготовка эффективных заданий, стимулирующих приобщение студентов к исследовательской работе, проводимой на кафедре: в лекции показываются нерешенные проблемы или отдельные их аспекты, в разработке которых студенты могли бы принять участие.

5. Задания, стимулирующие самостоятельный поиск студентами нового для них опыта.

6. Интерес студентов к углубленному самостоятельному изучению научных вопросов, поднятых и остро поставленных в лекции, возбуждается и ссылками лектора по ходу лекции (именно по ходу лекции) на литературу, в которой можно получить ответ на поставленный вопрос.

7. Вопросы и задания, носящие прогностический характер, т.е. приглашающие студентов к размышлению о том, как будет развиваться то или иное явление, интересующее их профессионально.

8. Лектор должен учить студентов опираться на свои предположения, подчеркнутые тенденции развития, появившиеся ростки нового, проявляющиеся закономерности.

Систематизируя все эти приемы, можно составить их сводный перечень:

- ознакомление с историей научной проблемы и с поиском путей ее разрешения;
- ознакомление с методами науки;
- демонстрация столкновения идей, теорий и концепций в современной науке;
- предоставление студентам возможности занять свои собственные позиции при наличии спорных или разноречивых концепций и суждений, спорного определения понятий;
- обращение к студентам с вопросом об их отношении к рассматриваемым явлениям и фактам;

- обращение к аудитории с вопросом об опыте столкновения с тем или иным явлением;
- привлечение студентов к участию в исследовании, которое ведется лектором или кафедрой;
- привлечение к исследованию недостаточно изученных реальных научных проблем;
- привлечение к изучению нового опыта;
- освещение в лекции особенно интересного для студентов материала не в полном объеме и предоставление им возможности глубже изучить этот вопрос по литературе;
- побуждение студентов к высказыванию прогнозов (или аргументированных суждений) о развитии того или иного явления, связанного с их профессиональной деятельностью;
- постановка проблемных вопросов в начале лекции;
- постановка проблемно-риторических вопросов по ходу лекции; создание в самом начале лекции проблемной ситуации; заострение реально существующих противоречий, столкновение
- несовместимых на первый взгляд явлений;
- постановка вопросов (или приведение ситуаций), имеющих несколько вариантов ответов или путей решения.

Стиль общения преподавателя с обучающимися на проблемной лекции:

- преподаватель входит в контакт со студентами не как "законодатель", а как собеседник, пришедший на лекцию "поделиться" с ними своими знаниями и опытом;
- преподаватель не только признает право студента на собственное суждение, но и заинтересован в нем;
- новое знание выглядит истинным не только в силу авторитета преподавателя, ученого или автора учебника, но и в силу доказательства его истинности системой рассуждений;
- материал лекции включает обсуждение различных точек зрения на решение учебных проблем, воспроизводит логику развития науки, ее содержания, показывает способы разрешения объективных противоречий в истории науки;
- общение со студентами строится таким образом, чтобы подвести их к самостоятельным выводам, сделать соучастниками процесса подготовки, поиска и нахождения путей разрешения противоречий, созданных самим же преподавателем;
- преподаватель ставит вопросы к излагаемому материалу и отвечает на них, вызывает вопросы у студентов и стимулирует самостоятельный поиск ответов на них по ходу лекции. Добивается того, что студент думает совместно с ним.

Способность к самостоятельному мышлению формируется у студентов в активном участии в различных формах живого речевого общения. Для этого лекции проблемного характера необходимо дополнять семинарскими занятиями, организуемыми в виде дискуссии и диалогическими формами самостоятельной совместной работы студентов. Для управления мышлением студентов на проблемной диалогической лекции используются заранее составленные преподавателем проблемные и информационные вопросы. С помощью сочетания проблемных и информационных вопросов преподаватель может учитывать и развивать индивидуальные особенности каждого студента.

Характер учебной деятельности студентов. Характер учебно-познавательной деятельности студентов на лекциях проблемного типа коренным образом изменяется. Студенты не только слушают и записывают, а еще и сопереживают и соразмышляют вместе с преподавателем. Проблемная ситуация, создаваемая преподавателем, выступает начальным звеном мышления, способствует формированию устойчивых мотивов учебной деятельности. *Позицию студента* можно определить как позицию субъекта учебной деятельности, который совместно с преподавателем и под его педагогическим руководством добивается решения поставленных задач. Студенты приобщаются к объективным противоречиям развития научного знания и способам их разрешения. На проблемной лекции новое знание вводится как неизвестное для студентов. Это позволяет создать у студентов иллюзию "открытия" уже известного в науке. Студент не просто перерабатывает информацию, а переживает ее усвоение как субъективное открытие еще неизвестных для себя знаний.

Лекция-беседа предполагает применение элементов диалога, полилога и дискуссии. Средствами активизации учебной деятельности студентов здесь выступают вопросы преподавателя и аудитории, направленные на выявление имеющихся у студентов знаний и умений по той или иной проблеме. Преподаватель должен следить за тем, чтобы вопросы не оставались без ответа, иначе они будут носить риторический характер и не обеспечат достаточной активизации мышления студентов. При изложении лекционного материала преподаватель может организовать свободный обмен мнениями студентов. Уточняя и дополняя ответы студентов, он подводит под них теоретическую базу в виде совместно выработанных положений. Таким образом, студенты становятся сотворцами лекций.

Лекция-беседа или диалог с аудиторией является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к

наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов.

Беседа как метод обучения известна еще со времен Сократа. Это самый простой способ индивидуального обучения, построенный на непосредственном контакте сторон. Эффективность лекции-беседы в условиях группового обучения снижается из-за того, что не всегда удается каждого студента вовлечь в двусторонний обмен мнениями. В первую очередь это связано с недостатком времени, даже если группа малочисленна. В то же время групповая беседа позволяет расширить круг мнений сторон, привлечь коллективный опыт и знания, что имеет большое значение в активизации мышления студентов.

Участие слушателей в лекции-беседе можно привлечь различными приемами, например, озадачивание студентов вопросами в начале лекции и по ее ходу. Как уже описывалось в проблемной лекции, вопросы могут быть информационного и проблемного характера для выяснения мнений и уровня осведомленности студентов по рассматриваемой теме, степени их готовности к восприятию последующего материала. Вопросы адресуются всей аудитории. Студенты отвечают с мест. Если преподаватель замечает, что кто-то из студентов не участвует в ходе беседы, то вопрос можно адресовать лично тому студенту или спросить его мнение по обсуждаемой проблеме. Для экономии времени вопросы рекомендуется формулировать так, чтобы на них можно было давать однозначные ответы. С учетом разногласий или единодушия в ответах преподаватель строит свои дальнейшие рассуждения, имея при этом возможность наиболее доказательно изложить очередное понятие лекционного материала.

Вопросы могут быть как простыми для того, чтобы сосредоточить внимание студентов на отдельных аспектах темы, так и проблемными. Студенты, продумывая ответ на заданный вопрос, получают возможность самостоятельно прийти к тем выводам и обобщениям, которые преподаватель должен был сообщить им в качестве новых знаний, либо понять важность обсуждаемой темы, что повышает интерес и степень восприятия материала студентами.

Во время проведения лекции-беседы преподаватель должен следить, чтобы задаваемые вопросы не оставались без ответов, т.к. они тогда будут носить риторический характер, не обеспечивая достаточной активизации мышления студентов.

Лекция-консультация применяется при изучении тем с четко выраженной практической направленностью. Существует несколько вариантов проведения таких лекций:

- студенты по ходу лекции готовят вопросы, на которые преподаватель дает ответы самостоятельно или с привлечением самих студентов;

- преподаватель заранее собирает вопросы студентов в письменной форме, на лекции он отвечает на эти вопросы и организует свободный обмен мнениями студентов;
- студенты заранее получают материалы лекции и готовят свои вопросы, лектор отвечает на эти вопросы самостоятельно или с привлечением самих студентов;
- преподаватель заранее сам составляет вопросы по теме лекции и организует коллективное обсуждение этих вопросов.

Могут быть и другие варианты проведения лекции-консультации. Преимущества таких лекций заключаются в том, что они позволяют приблизить содержание знаний к практическим интересам студентов и тем самым индивидуализировать процесс обучения.

Лекция-пресс-конференция. Форма проведения лекции близка к форме проведения пресс-конференций, только со следующими изменениями. Преподаватель называет тему лекции и просит студентов письменно задавать ему вопросы по данной теме. Каждый студент должен в течение 2-3 минут сформулировать наиболее интересующие его вопросы, записать их и передать преподавателю. Затем преподаватель в течение 3-5 минут сортирует вопросы по их смысловому содержанию и начинает читать лекцию. Изложение материала строится не как ответ на каждый заданный вопрос, а в виде связного раскрытия темы, в процессе которого формулируются соответствующие ответы. В завершение лекции преподаватель проводит итоговую оценку вопросов как отражения знаний и интересов слушателей.

Может быть так, что не все студенты могут задавать вопросы, грамотно их формулировать. Это служит для преподавателя свидетельством уровня знаний студентов, степени их включенности в содержание курса и в совместную работу с преподавателем, заставляет совершенствовать процесс преподавания всего курса.

Активизация деятельности студентов на лекции-пресс-конференции достигается за счет адресованного информирования каждого студента лично. В этом отличительная черта этой формы лекции. Необходимость сформулировать вопрос и грамотно его задать активизирует мыслительную деятельность, а ожидание ответа на свой вопрос концентрирует внимание студента. Вопросы студентов в большинстве случаев носят проблемный характер и являются началом творческих процессов мышления. Личностное, профессиональное и социальное отношение преподавателя к поставленным вопросам и ответам на них оказывает воспитательное влияние на студентов. Опыт участия в лекциях-пресс-конференциях позволяет преподавателю и студентам отрабатывать умения задавать вопросы и отвечать на них, выходить из трудных коммуникативных ситуаций, формировать навыки доказательства и опровержения, учета позиции человека, задавшего вопрос.

Лекцию-пресс-конференцию лучше всего проводить в начале изучения темы или раздела, в середине и в конце. В начале изучения темы основная цель лекции - выявление круга интересов и потребностей студентов, степени их подготовленности к работе, отношение к предмету. С помощью лекции- пресс-конференции преподаватель может составить модель аудитории слушателей - ее установок, ожиданий, возможностей. Это особенно важно при первой встрече преподавателя со студентами-первокурсниками, или в начале чтения спецкурса, при введении новых дисциплин и т.п.

Лекция-пресс-конференция в середине темы или курса направлена на привлечение внимания слушателей к главным моментам содержания учебного предмета, уточнение представлений преподавателя о степени усвоения материала, систематизацию знаний студентов, коррекцию выбранной системы лекционной и семинарской работы по курсу.

Основная цель лекции-пресс-конференции в конце темы или раздела - подведение итогов лекционной работы, определение уровня развития усвоенного содержания в последующих разделах. Лекцию такого рода можно провести и по окончании всего курса с целью обсуждения перспектив применения теоретических знаний на практике как средства решения задач освоения материала последующих учебных дисциплин, средства определения будущей профессиональной деятельности. На лекции-пресс-конференции в качестве лекторов могут участвовать два-три преподавателя разных предметных областей.

Лекция с разбором конкретных ситуаций. Данная лекция по форме похожа на лекцию-дискуссию, однако на обсуждение преподаватель ставит не вопросы, а конкретную ситуацию. Обычно такая ситуация представляется устно или в очень короткой видеозаписи, диафильме. Поэтому изложение ее должно быть очень кратким, но содержать достаточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения.

Студенты анализируют и обсуждают эти микроситуации, обсуждают их сообща, всей аудиторией. Преподаватель старается активизировать участие в обсуждении отдельными вопросами, обращенными к отдельным студентам, представляет различные мнения, чтобы развить дискуссию, стремясь направить ее в нужное направление. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, ненавязчиво, но убедительно подводит студентов к коллективному выводу или обобщению.

Иногда обсуждение микроситуации используется в качестве пролога к последующей части лекции для того, чтобы заинтересовать аудиторию, заострить внимание на отдельных проблемах, подготовить к творческому восприятию изучаемого материала.

Чтобы сосредоточить внимание, ситуация подбирается достаточно характерная и острая. Однако может потребоваться слишком много учебного времени на ее обсуждение. Так, например, рассматривая учебную ситуацию, студенты могут начать приводить при-

меры подобных ситуаций из собственного опыта, и дискуссия постепенно уходит в сторону других проблем. Хотя это весьма полезно, но основным содержанием занятия является лекционный материал, и преподаватель вынужден останавливать обсуждение ситуаций. Вот почему подбор и изложение таких ситуаций должны осуществляться с учетом конкретных рассматриваемых вопросов.

Лекция-пресс-конференция. Форма проведения лекции близка к форме проведения пресс- конференций, только со следующими изменениями. Преподаватель называет тему лекции и просит студентов письменно задавать ему вопросы по данной теме. Каждый студент должен в течение 2-3 минут сформулировать наиболее интересующие его вопросы, записать их и передать преподавателю. Затем преподаватель в течение 3-5 минут сортирует вопросы по их смысловому содержанию и начинает читать лекцию. Изложение материала строится не как ответ на каждый заданный вопрос, а в виде связного раскрытия темы, в процессе которого формулируются соответствующие ответы. В завершение лекции преподаватель проводит итоговую оценку вопросов как отражения знаний и интересов слушателей.

Может быть так, что не все студенты могут задавать вопросы, грамотно их формулировать. Это служит для преподавателя свидетельством уровня знаний студентов, степени их включенности в содержание курса и в совместную работу с преподавателем, заставляет совершенствовать процесс преподавания всего курса.

Активизация деятельности студентов на лекции-пресс-конференции достигается за счет адресованного информирования каждого студента лично. В этом отличительная черта этой формы лекции. Необходимость сформулировать вопрос и грамотно его задать активизирует мыслительную деятельность, а ожидание ответа на свой вопрос концентрирует внимание студента. Вопросы студентов в большинстве случаев носят проблемный характер и являются началом творческих процессов мышления. Личностное, профессиональное и социальное отношение преподавателя к поставленным вопросам и ответам на них оказывает воспитательное влияние на студентов. Опыт участия в лекциях-пресс-конференциях позволяет преподавателю и студентам отрабатывать умения задавать вопросы и отвечать на них, выходить из трудных коммуникативных ситуаций, формировать навыки доказательства и опровержения, учета позиции человека, задавшего вопрос.

Лекцию-пресс-конференцию лучше всего проводить в начале изучения темы или раздела, в середине и в конце. В начале изучения темы основная цель лекции - выявление круга интересов и потребностей студентов, степени их подготовленности к работе, отношение к предмету. С помощью лекции- пресс-конференции преподаватель может составить модель аудитории слушателей - ее установок, ожиданий, возможностей. Это особенно

важно при первой встрече преподавателя со студентами-первокурсниками, или в начале чтения спецкурса, при введении новых дисциплин и т.п.

Лекция-пресс-конференция в середине темы или курса направлена на привлечение внимания слушателей к главным моментам содержания учебного предмета, уточнение представлений преподавателя о степени усвоения материала, систематизацию знаний студентов, коррекцию выбранной системы лекционной и семинарской работы по курсу.

Основная цель лекции-пресс-конференции в конце темы или раздела - подведение итогов лекционной работы, определение уровня развития усвоенного содержания в последующих разделах. Лекцию такого рода можно провести и по окончании всего курса с целью обсуждения перспектив применения теоретических знаний на практике как средства решения задач освоения материала последующих учебных дисциплин, средства определения будущей профессиональной деятельности. На лекции-пресс-конференции в качестве лекторов могут участвовать два-три преподавателя разных предметных областей.

Лекция-провокация - это лекция с заранее запланированными ошибками. Во вступительной части занятия преподаватель сообщает, что в предстоящей лекции он сознательно допустит определенное количество ошибок и информирует студентов о том, что в конце лекции эти ошибки будут показаны на электронном носителе. Студенты по ходу лекции должны обнаружить допущенные ошибки и отметить их в конспектах. За 10-15 минут до окончания лекционного времени студенты показывают и комментируют эти ошибки. Выявленные студентами ошибки сравниваются с электронным списком, преподавателем отмечаются студенты, обнаружившие все допущенные им ошибки. Таким образом, лекция с заранее запланированными ошибками позволяют активизировать учебную деятельность студентов, развивают их внимание, логическое мышление и память.

Эта форма проведения лекции была разработана для развития у студентов умений оперативно анализировать профессиональные ситуации, выступать в роли экспертов, оппонентов, рецензентов, вычленять неверную или неточную информацию.

Подготовка преподавателя к лекции состоит в том, чтобы заложить в ее содержание определенное количество ошибок содержательного, методического или поведенческого характера. Список таких ошибок преподаватель приносит на лекцию и знакомит с ними студентов только в конце лекции. Подбираются наиболее часто допускаемые ошибки, которые делают как студенты, так и преподаватели в ходе чтения лекции. Преподаватель проводит изложение лекции таким образом, чтобы ошибки были тщательно скрыты, и их не так легко можно было заметить студентам. Это требует специальной работы преподавателя над содержанием лекции, высокого уровня владения материалом и лекторского мастерства.

Задача студентов заключается в том, чтобы по ходу лекции отмечать в конспекте замеченные ошибки и назвать их в конце лекции. На разбор ошибок отводится 10-15 минут. В ходе этого разбора даются правильные ответы на вопросы - преподавателем, студентами или совместно. Количество запланированных ошибок зависит от специфики учебного материала, дидактических и воспитательных целей лекции, уровня подготовленности студентов.

Опыт использования лекции с заранее запланированными ошибками показывает, что студенты, как правило, находят задуманные ошибки (преподавателем проводится сверка со списком таких ошибок). Нередко студенты указывают и такие ошибки, которые были невольно допущены преподавателем, особенно речевые и поведенческие. Преподаватель должен честно признать это и сделать для себя определенные выводы. Все это создает атмосферу доверия между преподавателем и студентами, личностное включение обеих сторон в процесс обучения. Элементы интеллектуальной игры с преподавателем создают повышенный эмоциональный фон, активизируют познавательную деятельность студентов.

Лекция с запланированными ошибками выполняет не только стимулирующую функцию, но и контрольную. Преподаватель может оценить уровень подготовки студента по предмету, а тот, в свою очередь, проверить степень своей ориентации в материале. С помощью системы ошибок преподаватель может определить недочеты, анализируя которые в ходе обсуждения со студентами, он получает представление о структуре учебного материала и трудностях овладения им.

Выявленные студентами или самим преподавателем ошибки могут послужить для создания проблемных ситуаций, которые можно разрешить на последующих занятиях. Данный вид лекции лучше всего проводить в завершение темы или раздела учебной дисциплины, когда у студентов сформированы основные понятия и представления. Лекции с запланированными ошибками вызывают у студентов высокую интеллектуальную и эмоциональную активность, т.к. студенты на практике используют полученные ранее знания, осуществляя совместную с преподавателем учебную работу. Помимо этого заключительный анализ ошибок развивает у студентов теоретическое мышление.

Эффективное чтение лекции предполагает использование всевозможных иллюстративных средств, например: аудио- и видеоматериалов, фрагментов кино или изображения основных тезисов на флип-чарте, демонстрацию слайдов проектором на экране или печатного материала с помощью диапроектора. Сегодня все чаще при чтении лекций демонстрируются компьютерные презентации (в PowerPoint).

Широко используется программное обучение на расстоянии, учебные интернет-пакеты, интерактивные видеоматериалы, тексты или мультимедийные пакеты с набором определенной информации, вопросами и заданиями. При дистанционном обучении традиционные лекции оказываются практически не реальной формой организации учебной деятельности в силу удаленности преподавателей и студентов, распределенного характера учебных групп и т.д. Для изучения теоретического материала должны, очевидно, использоваться иные технологии, учитывающие специфику дистанционного обучения. При этом качество усвоения теоретического материала, не уступающее тому, которое достигается при чтении лекций в условиях очного обучения, может быть достигнуто за счет создания компьютерных обучающих программ и использования телекоммуникаций в учебном процессе.

«Лекция вдвоем» (бинарная лекция) может проводиться двумя и более психологически и интеллектуально совместимыми преподавателями, которые могут быть представителями одной или разных наук. Они заранее договариваются о порядке проведения лекции. Проведение «лекции вдвоем» может базироваться на двух подходах: чтение лекции на «контрасте» (на различных точках зрения) или на взаимодополнении. Лекция «на контрасте» предполагает разыгрывание преподавателями дискуссии на глазах у слушателей. В этом случае они подают студентам пример научной полемики. Лекция на взаимодополнении читается представителями разных дисциплин и актуализирует межпредметные связи.

В этой лекции учебный материал проблемного содержания дается студентам в живом диалогическом общении двух преподавателей между собой. Здесь моделируются реальные профессиональные ситуации обсуждения теоретических вопросов с разных позиций двумя специалистами, например теоретиком и практиком, сторонником и противником той или иной точки зрения и т.п.

При этом нужно стремиться к тому, чтобы диалог преподавателей между собой демонстрировал культуру совместного поиска решения разыгрываемой проблемной ситуации, с вовлечением в общение студентов, которые задают вопросы, высказывают свою позицию, формируют свое отношение к обсуждаемому материалу лекции, показывают свой эмоциональный отклик на происходящее.

В процессе лекции вдвоем происходит использование имеющихся у студентов знаний, необходимых для понимания учебной проблемы и участия в совместной работе, создается проблемная ситуация или несколько таких ситуаций, выдвигаются гипотезы по их разрешению, разворачивается система доказательств или опровержений, обосновывается конечный вариант совместного решения. Лекция вдвоем заставляет студентов активно

включаться в мыслительный процесс. С представлением двух источников информации задача студентов сравнить разные точки зрения и сделать выбор: присоединиться к той или иной из них или выработать свою. Высокая активность преподавателей на лекции вдвоем вызывает мыслительный и поведенческий отклик студентов, что является одним из характерных признаков активного обучения: уровень вовлеченности в познавательную деятельность студентов сопоставим с активностью преподавателей. Помимо всего этого студенты получают наглядное представление о культуре дискуссии, способах ведения диалога, совместного поиска и принятия решений. Специальной задачей этого вида лекции является демонстрация отношений преподавателей к объекту высказываний. Показывает личностные качества преподавателя как профессионала в своей предметной области и как педагога ярче и глубже, нежели любая другая форма лекции.

Подготовка и чтение лекции вдвоем предъявляет повышенные требования к подбору преподавателей. Они должны быть интеллектуально и личностно совместимы, обладать развитыми коммуникативными умениями, способностями к импровизации, быстрым темпом реакции, иметь высокий уровень владения предметным материалом, помимо содержания рассматриваемой темы. Если эти требования при проведении лекции вдвоем будут соблюдены, у студентов будет сформировано доверительное отношение к такой форме работы. Одной из трудностей проведения лекции вдвоем является привычная для студентов ситуация, когда лекцию проводит один преподаватель, что характерно для описанных выше видов лекций, информация поступает только от одного источника. Две позиции, предлагаемые лекторами, иногда вызывают неприятие самой формы обучения, т.к. требует от студентов самостоятельного решения, какой точки зрения придерживаться и обосновать свою позицию.

Применение лекции вдвоем эффективно для формирования теоретического мышления, воспитания убеждений студентов, а также, как и в проблемной лекции, развивается умение вести диалог, и, как уже отмечалось, студенты учатся культуре ведения дискуссии.

Лекция-визуализация предполагает наглядную демонстрацию основного содержания. Поэтому ведущим методом здесь выступает демонстрация кино-, теле- и видеофрагментов, слайдов, блоков информации в виде схем, таблиц, рисунков, которые комментируются лектором. Преподаватель может попросить студентов прокомментировать содержание отдельных наглядных средств. Процесс визуализации представляет собой свертывание разных видов вербальной информации в наглядный образ, который будучи воспринятым, может быть развернут и служить опорой для адекватных мыслительных и практических действий, направленных на усвоение учебного материала.

Данный вид лекции является результатом нового использования принципа наглядности, содержание данного принципа меняется под влиянием данных психолого-педагогической науки, форм и методов активного обучения. Психологические и педагогические исследования показывают, что наглядность не только способствует более успешному восприятию и запоминанию учебного материала, но и позволяет активизировать умственную деятельность, глубже проникать в сущность изучаемых явлений (Р. Арнхейм, Е.Ю. Артъемьева, В.И. Якиманская и др.), показывает его связь с творческими процессами принятия решений, подтверждает регулирующую роль образа в деятельности человека. Лекция-визуализация учит студентов преобразовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, что формирует у них профессиональное мышление за счет систематизации и выделения наиболее значимых, существенных элементов содержания обучения.

Процесс визуализации является свертыванием мыслительных содержаний, включая разные виды информации, в наглядный образ; будучи воспринят, этот образ, может быть, развернут и служить опорой для мыслительных и практических действий. Любая форма наглядной информации содержит элементы проблемности. Поэтому лекция- визуализация способствует созданию проблемной ситуации, разрешение которой в отличие от проблемной лекции, где используются вопросы, происходит на основе анализа, синтеза, обобщения, свертывания или развертывания информации, т.е. с включением активной мыслительной деятельности. Задача преподавателя использовать такие формы наглядности, которые не только дополняют словесную информацию, но и сами являются носителями информации. Чем больше проблемности в наглядной информации, тем выше степень мыслительной активности студента.

Подготовка данной лекции преподавателем состоит в том, чтобы изменить, переконструировать учебную информацию по теме лекционного занятия в визуальную форму для представления студентам через технические средства обучения или вручную (схемы, рисунки, чертежи и т.п.). К этой работе могут привлекаться и студенты, у которых в связи с этим будут формироваться соответствующие умения, развиваться высокий уровень активности, воспитываться личностное отношение к содержанию обучения. Чтение лекции сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных наглядных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Представленная таким образом информация должна обеспечить систематизацию имеющихся у студентов знаний, создание проблемных ситуаций и возможности их разрешения; продемонстрировать разные способы наглядности, что является важным в познавательной и профессиональной деятельности. Лучше всего использовать разные виды визуализации - натуральные, изобразительные, символические - каждый из которых или их сочетание выбирается в зави-

симости от содержания учебного материала. При переходе от текста к зрительной форме или от одного вида наглядности к другому может теряться некоторое количество информации. Но это является преимуществом, т.к. позволяет сконцентрировать внимание на наиболее важных аспектах и особенностях содержания лекции, способствовать его пониманию и усвоению. В лекции-визуализации важна определенная наглядная логика и ритм подачи учебного материала. Для этого можно использовать комплекс технических средств обучения, рисунок, в том числе с использованием гротескных форм, а также цвет, графику, сочетание словесной и наглядной информации. Важны дозировка использования материала, мастерство и стиль общения преподавателя со студентами.

Этот вид лекции лучше всего использовать на этапе введения студентов в новый раздел, тему, дисциплину. Возникающая при этом проблемная ситуация создает психологическую установку на изучение материала, развитие навыков наглядной информации в других видах обучения.

Основная трудность лекции-визуализации состоит в выборе и подготовке системы средств наглядности, дидактически обоснованной подготовке процесса ее чтения с учетом психофизиологических особенностей студентов и уровня их знаний.

В качестве основных технологий, используемых для организации изучения теоретического материала при дистанционном обучении, помимо традиционных лекций, можно выделить следующие.

Видеолекции

Лекция преподавателя записывается на видеопленку. Методом нелинейного монтажа она может быть дополнена мультимедиа приложениями, иллюстрирующими изложение лекции. Такие дополнения не только обогащают содержание лекции, но и делают ее изложение более живым и привлекательным для слушателей. Несомненным достоинством такого способа изложения теоретического материала является возможность прослушать лекцию в любое удобное время, повторно обращаясь к наиболее трудным местам. Видеолекции могут быть доставлены в учебные центры на видеокассетах или компакт-дисках.

Видеолекция может транслироваться через телекоммуникации в учебные центры непосредственно из вуза. Такие лекции ничем не отличаются от традиционных, читаемых в аудитории. Недостатком этой технологии является ее дороговизна. Кроме того, вуз, осуществляющий учебный процесс, и периферийные учебные центры могут быть территориально сильно разнесены по часовым поясам. Поэтому такие лекции целесообразно использовать при отсутствии учебно-методического материала по новым курсам или в том случае, когда какие-либо разделы курса, изложенные в методических пособиях, безна-

дежно устарели, либо отдельные особо трудные разделы курса требуют методической переработки преподавателем.

Мультимедиа лекции. Для самостоятельной работы над лекционным материалом слушатели используют интерактивные компьютерные обучающие программы. Это учебные пособия, в которых теоретический материал, благодаря использованию мультимедиа средств, структурирован так, что каждый обучающийся может выбрать для себя оптимальную траекторию изучения материала, удобный темп работы над курсом и способ изучения, максимально соответствующий психофизиологическим особенностям его восприятия. Обучающий эффект в таких программах достигается не только за счет содержательной части и дружеского интерфейса, но и за счет использования, например, тестирующих программ, позволяющих обучающемуся оценить степень усвоения им теоретического учебного материала.

Традиционных лекций при дистанционном обучении может и не быть, если учебная дисциплина хорошо обеспечена учебно-методическими материалами. В этом случае основной задачей преподавателя становится поддержка процесса самостоятельного усвоения знаний слушателями, для чего могут быть задействованы все известные формы учебной деятельности: обязательные тематические консультации, самоконтроль, работа с мультимедиа курсами и др.

6.3 Инновационные практические (семинарские) занятия как активные формы проведения учебных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Практическое занятие - это занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории, направленное на углубление научно - теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы, которое формирует практические умения (вычислений, расчетов, использования таблиц, справочников, номограмм). В процессе занятия обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя выполняют одну или несколько практических работ.

Содержание практических работ составляют: изучение нормативных документов и справочных материалов, анализ производственной документации, выполнение заданий с их использованием; анализ служебно-производственных ситуаций, решение конкретных служебных, производственных, экономических и других заданий, принятие управленческих решений; решение задач разного рода, расчет и анализ различных показателей, составление и анализ формул, уравнений, реакций, обработка результатов многократных

измерений; ознакомление с технологическим процессом, разработка технологической документации и др.

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу, обращая внимание на практическое применение теории и на методику решения типовых задач. На практическом занятии главное - уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. При решении предложенной задачи нужно стремиться не только получить правильный ответ, но и усвоить общий метод решения подобных задач. Для ведения записей на практических занятиях обычно заводят отдельную тетрадь по каждой учебной дисциплине.

Основные **функции** практического занятия:

- обучающая - позволяет организовать творческое активное изучение теоретических и практических вопросов, установить непосредственное общение обучаемых и педагогов, формирует у студентов самоконтроль за правильным пониманием изучаемого материала, закрепляет и расширяет их знания;
- воспитывающая - осуществляет связь теоретических знаний с практикой, усиливает обратную связь обучаемых с педагогами, формирует принципиальность в суждениях, самокритичность, навыки, привычки профессиональной деятельности и поведения;
- контролирующая - позволяет систематически проверять уровень подготовленности обучаемых к занятиям, к будущей практической деятельности, а также оценить качество их самостоятельной работы.

Эффективность практических занятий во многом зависит от того, как проинструктированы обучающиеся о выполнении практических и лабораторных работ.

В соответствии с ФГОС в учебном процессе должны быть использованы такие формы организации обучения, в том числе и практические занятия, как деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, компьютерные симуляции, тренинги. Рассмотрим данные формы и технологии проведения занятий.

В настоящее время семинары имеются в учебных планах всех вузов России, поскольку способствуют расширению общего научного кругозора, ознакомлению обучающихся с важнейшими проблемами и исследованиями в избранной отрасли наук.

Семинар является одной из форм практических занятий в образовательной организации. Существуют различные определения понятия «семинар».

Семинар - форма обучения, имеющая цель углубить и систематизировать изучение наиболее важных и типичных для будущей профессиональной деятельности обучаемых тем и разделов учебной дисциплины.

Семинар - метод обучения анализу теоретических и практических проблем, это коллективный поиск путей решений специально созданных проблемных ситуаций. Семинары проводятся в целях углубленного и систематизированного изучения наиболее важных и типичных для будущей профессиональной деятельности профессиональных ситуаций.

В современной высшей школе семинар наряду с лекцией относится к основным формам организации учебного процесса и выполняет познавательную (обучающую), воспитательную и контрольную функции.

В практике работы высших учебных заведений семинары используются для:

- углубленного изучения определенного систематического курса;
- изучения отдельных основных или наиболее важных тем (проблем) курса;
- организации исследовательской работы студента с независимой от лекций тематикой.

Показатели эффективности семинарского занятия. Некоторые считают, что главный показатель хорошего семинарского занятия - это активное обсуждение поставленных вопросов. Однако, по мнению М.И. Дьяченко и др., это больше внешний, и не главный показатель, важнейший результат и показатель эффективности семинара - развитие убеждений, взглядов, мировоззрения, формирование активной жизненной позиции обучаемых. Обмен мыслями, рассмотрение вопросов может быть очень живым, но недостаточно глубоким, без разностороннего анализа и связи теории и практики. Поэтому надо добиваться не просто активности обучаемых, а подлинно научного решения вопросов, глубокого понимания реальной действительности и критериев ее развития.

В исследованиях Б.Ц. Бадмаева установлены следующие показатели эффективности семинарского занятия (показатели называются в порядке убывания их относительной значимости):

- сосредоточение внимания только на узловых проблемах, без стремления охватить все вопросы дела;
- умение излагать свое понимание закономерностей изучаемых явлений, доказательности рассуждений;
- создание на семинаре психологической атмосферы свободного высказывания студентами собственных мыслей, без боязни ошибиться;
- побуждение обучаемых к применению теории для анализа жизненных фактов;
- подготовка на семинаре вопросов, требующих творческого мышления; активное участие преподавателя в теоретическом споре участников семинара, умение сталкивать различные точки зрения;

- активное формирование готовности студентов отстаивать свою точку зрения и переубеждать.

В педагогической практике используются следующие **виды семинаров**:

Традиционные семинары - один из наиболее распространенных видов занятий в вузах. Семинарские занятия предназначены для углубленного изучения того или иного предмета. Семинары помогают студентам овладеть понятийно-терминологическим аппаратом, свободно оперировать им, применять теорию к практическим приложениям, прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления.

Семинар-беседа - вопрос-ответная форма, используется для обобщения пройденного материала. Здесь используется простая процедура. Преподаватель задает аудитории вопросы, отвечают желающие, а преподаватель комментирует. Таким образом, материал актуализируется студентами и контролируется преподавателем.

Семинар-конференция - студенты выступают с докладами, которые здесь же и обсуждаются всеми участниками под руководством преподавателя. Это самая распространенная форма семинара. В профессиональном обучении семинар целесообразно строить в контексте изучаемой специальности, связывая теоретические вопросы с практикой работы специалиста. Тогда теоретические знания станут понятными для студентов и войдут в арсенал их профессионального багажа.

Семинар-дискуссия - семинар проходит в форме научной дискуссии. Упор здесь делается на инициативе студентов в поиске материалов к семинару и активности их в ходе дискуссии. Важно, чтобы источники информации были разнообразными, представляли различные точки зрения на проблему, а дискуссия всегда направлялась преподавателем.

Тематическая дискуссия - это способ обсуждения темы (спорного или проблемного характера) в учебной группе. Как правило, дискуссии организуются в формах группового обсуждения или дебатов. Чаще всего дискутируются актуальные вопросы из области экономики, политики, различных сфер общественной жизни. Предметами коллективного обсуждения могут стать конкретные примеры из хозяйственной практики предприятий, реальные управленческие решения, ситуации морального выбора личности и др.

Тематическая дискуссия в формате классических или модифицированных дебатов является одной из любимых студентами форм дискуссий. Объявление о предстоящих дебатах по изучаемой дисциплине или её модулю существенно повышает мотивацию к обучению, позволяет студентам «включиться» в учебный процесс.

Классические дебаты - это определенная технология. Такое занятие требует серьезной подготовки:

- Необходимо сформулировать тему. Обычно это утверждение, которое либо подтверждается, либо опровергается в ходе дебатов.
- Студенты разбиваются на две команды: команда утверждения и команда отрицания; также выбираются (назначаются) судьи.
- В каждой команде выбираются по три спикера: № 1 - формулирует позицию команды, № 2 - дает углубленную аргументацию и доказывает позицию команды, № 3 - ещё раз подтверждает позицию команды с учетом всех аргументов (своих и оппонентов).
- Слово предоставляется по очереди сначала первым спикерам, затем - вторым, далее - третьим. Между выступлениями спикеров могут быть предусмотрены перекрестные вопросы. Также можно предусмотреть время на вопросы присутствующих, не являющихся спикерами. Дебаты - зрелищное действие, поэтому интересно не только выступать, но и слушать.
- Выступления спикеров может готовить вся команда, но выступают только по три человека от команды. Остальные участники могут выступать в качестве группы поддержки, задавая вопросы команде оппонентов. Можно также предусмотреть время на совещание с группой поддержки при ответах на вопросы и при окончательных формулировках выступлений спикеров № 3, так как их слово - «последнее» и больше всего влияет на мнение аудитории и судей.

Семинар-развернутая беседа - беседа используется при освоении трудного материала. Здесь инициатива принадлежит преподавателю. Преподаватель предварительно разрабатывает план беседы. В ходе беседы студентам предоставляется право высказывать собственное мнение, выступать с подготовленными сообщениями, но придерживаться принятого плана.

Проблемный семинар ведется через дискуссии. Особенностью проблемного семинара является сочетание «мозгового штурма» и «творческой дискуссии», индивидуальной и групповой работы, как на этапе подготовки, так и во время его проведения. На семинаре не только не запрещаются, но и приветствуются критические замечания и вопросы. Основой проблемного семинара является создание проблемной ситуации, которая ставится заблаговременно (не менее чем за 7-10 дней). Намечается то, что нужно получить в результате подготовки, тем самым формируется некоторое первичное представление о задачах и сути исследования. Студенты самостоятельно осуществляют поиск необходимых сведений по рассматриваемой теме, знакомятся с различными мнениями и вариантами предложений по её решению.

Семинар-учебно-ролевая игра. Для проведения игры заранее определяются вопросы для обсуждения, примерно 2-3, и критерии оценки выступлений. Затем группа

разбивается на 2 или 3 подгруппы в зависимости от характера материала. В каждой подгруппе распределяются роли: организатора, основного докладчика (теоретика), содокладчика (практика), критика (можно двух), дефиниста (толкователя слов), оформителя (организатор наглядности, демонстраций). Избираются эксперты (3человека). На следующем занятии проводится семинар. Эксперты объявляют критерии оценки выступлений групп (по каждой из ролей), напоминает вопросы, подлежащие обсуждению. Затем последовательно выступают подгруппы. Эксперты объявляют оценки в баллах (5,10...) после выступления всех подгрупп или после выступления каждого докладчика. Оценивается также организованность подгруппы и оформление выступления. Главное внимание при этом уделяется, прежде всего, качеству информации, ее научности, значимости, доступности и занимательности. Завершается семинар подведением итогов. Выступает преподаватель. Он обобщает материал, а студенты делают соответствующие записи (тезисы).

Семинар-исследование. Само название семинара говорит о том, что он посвящен исследованию проблемы (проблем), не получившей всестороннего освещения в литературе и вместе с тем имеющей большое значение для профессиональной деятельности студентов.

Технология проведения такого семинара может быть самой различной, в зависимости от того, какой метод заложен в его основу:

- *семинар с подготовкой и заслушиванием рефератов* по актуальным проблемам теории и практики и последующим их обсуждением;
- *семинар методом организационно-деятельностной игры*. Преподаватель на консультации дает задание подготовиться к обсуждению одной или нескольких взаимосвязанных между собой проблем. На самом занятии, в соответствии с методом организационно-деятельностной игры, идет поиск ответа на поставленные вопросы с приемами методологизации и групповой рефлексии;
- *семинар методом «мозгового штурма»*.

«Мозговая атака» или *«мозговой штурм»* - это метод коллективного генерирования идей и конструктивной их проработки для решения поставленных проблем.

При «мозговой атаке» происходит разделение во времени трех этапов решения проблемы:

- спонтанная генерация идей;
- конструктивная критика и проработка предложенных идей с целью отбора наилучших;
- проектирование решений на основе отобранных идей.

«Мозговая эстафета» - метод коллективного генерирования идей, отличающийся от «мозговой атаки (штурма)» тем, что ее участники за определенное время предлагают

свои рекомендации по решению проблемы и записывают их на индивидуальном листке. Во втором туре мозговой эстафеты каждый участник зачитывает свои предложения, а остальные выставляют им оценки. После занятий листки собираются руководителем и обрабатываются. То есть в данном случае процесс генерирования идей носит не спонтанный, а специально организованный, упорядоченный характер. При этом выделяются четыре этапа:

- генерация идей каждым из участников и их запись на рабочем листе;
- поочередное изложение идей каждым из участников и их оценка другими участниками;
- обработка рабочих листов и отбор лучших идей;
- проектирование решений на основе отобранных идей.

Наиболее ярким примером использования «мозговой эстафеты» является МАС-ТАК-технология.

Метод активного социологического тестирования, анализа и контроля (МАСТАК) разработан Р.Ф. Жуковым и впервые применен в 1971 г. в Институте повышения квалификации руководящих работников и специалистов судостроительной промышленности. МАСТАК-технология заключается в разработке и применении пособий, составленных с использованием метода «мозговой эстафеты», содержащих рекомендации по совершенствованию стиля работы в определенных должностях и видах деятельности. Например: «МАСТАК-первокурсник», «МАСТАК-диссертант», «МАСТАК - молодой преподаватель» и т. д.

При разработке пособия типа МАСТАК могут использоваться разные подходы:

- должностной, когда рекомендации подбираются, исходя из направлений деятельности и обязанностей, характерных для специалистов данной категории (руководитель, мастер, преподаватель, аспирант, студент, абитуриент и т. д.);
- функциональный, когда рекомендации подбираются, исходя из задач, наиболее часто выполняемых в организации данного типа (работа с кадрами, проведение совещаний, занятий, экспериментов и т. д.);
- целевой, когда рекомендации подбираются, исходя из целей, стоящих перед организацией;
- смешанный, когда создается библиотечка, состоящая из отдельных рекомендаций.

Участники «мозговой эстафеты» за определенное время (5-10 минут) предлагают свои рекомендации по решению проблемы и записывают их на индивидуальном чек-листе. Во втором туре «мозговой эстафеты» каждый участник зачитывает свои предложения, а

остальные выставляют им оценки по принятой балльной шкале. Оценивается важность высказывания (В) и качество формулировки (Ф). Себе оценки не выставляются.

Записи могут быть сделаны без указания автора, что позволяет меньше бояться критики. Руководитель «мозговой эстафеты» следит за тем, чтобы все предложения получили персональный номер в общей нумерации. Каждый автор высказывания (рекомендации), прежде всего, называет очередной номер, следующий за последним номером предыдущего оратора. После занятий листки собираются руководителем и обрабатываются.

Как отмечается в ряде изданий, а также, по словам самого Р.Ф. Жукова, МАСТАК-технология может послужить основой проведения зачета как контрольного мероприятия по учебной дисциплине.

Насколько формы контроля (экзамены, зачеты, «контрольные точки») могут и должны ли в принципе обеспечивать обучающие функции, продолжать и улучшать показатели усвоения материала и развития практических навыков? Вопрос особенно актуальный в условиях распространения формализующих, «обезличивающих» технологий тестирования. Применяя МАСТАК-технологию в рамках контрольных мероприятий, профессор Жуков продолжал образовательный процесс и добивался повышения результатов обучающихся.

Семинар-исследование целесообразно проводить при достаточной подготовке обучаемых и их готовности к решению проблем. Это значит, что подобного рода семинар должен завершать изучение важнейших тем и разделов с тем, чтобы попытаться осуществить научный прогноз развивающейся теории и практики.

Методические рекомендации по проведению семинара-исследования

Во вступительном слове преподаватель закладывает общую ориентировочную основу исследовательской деятельности обучаемых на семинаре, совместно с ними определяет основные проблемы семинара, пути и методику их раскрытия и исследования.

Основой организации проблемно-поискового семинара выступает метод постановки системы поисково-познавательных, исследовательского характера задач и упражнений, решение которых в ходе дискуссии раскрывает слушателям методику конкретного исследования, где каждая задача требует от обучаемого освоения в содержательном контексте строго определенных элементов исследовательской культуры.

В зависимости от характера изучаемой темы, вынесенной на семинар, уровня подготовки группы выбираются задачи соответствующего уровня и последовательность их постановки: теоретико-аналитические, логико-методологические, контрольно-практические, прикладные.

Отправной точкой постановки системы поисково- познавательных задач на семинаре, вовлечения слушателей в дискуссию- исследование, ее конкретизацию выступает доклад.

В ходе доклада не только раскрывается проблема, основные ее теоретические положения, но и ставятся перед аудиторией ряд конкретных задач творческого характера, создаются тем самым предпосылки для развертывания дискуссии вокруг практических аспектов проблемы.

Для этого в основу доклада должны быть положены результаты исследований докладчика, что создает предпосылки для вывода семинарского занятия на исследовательский уровень, уровень решения практических задач.

Исследовательский подход на семинаре предполагает использование познавательных задач в комплексе со всем набором познавательных средств, прежде всего, эмпирическими данными различной степени общности, схемами, вопросами, упражнениями и т.д. С их помощью слушателям представляется проблемное поле для коллективного решения общей задачи через ее составляющие.

Семинар с использованием **технологии учебного сотрудничества** строится на основе метода групповой работы как наиболее распространенной формы кооперации. Цель этой технологии состоит в формировании у субъектов образовательного процесса умения эффективно работать в малых группах по взаимообучению и получению качественных образовательных результатов.

Семинар в **форме защиты творческих проектов** предполагает выполнение и защиту студентами творческих проектов. Проектное обучение развивает учебную активность и самостоятельность обучающихся, переводит их из объектов в субъекты образовательного процесса.

Педагогические игровые упражнения - разновидность развлекательных игр (викторины, конкурсы, состязания, кроссворды, криптограммы и пр.), в которых в качестве игрового используется учебный материал.

Педагогические игровые упражнения могут успешно применяться как для усвоения учебного материала, так и для проверки «знаниевой» составляющей компетенций. Метод педагогических игровых упражнений позволяет повышать результативность как аудиторных занятий (форма соревнования в учебной группе), так и самостоятельной работы студентов (индивидуальное задание по решению или составлению подобных заданий).

Под *презентацией* обычно понимается представление заинтересованной аудитории некоторой новой или малоизвестной информации, продукции или услуги. Технология презентации в контексте применения АМО является формой представления и защиты

проектного решения. Данная технология помогает овладеть навыками подачи информации, техникой публичного выступления, убеждения, умения отвечать на вопросы аудитории и выходить из затруднительных положений. Необходимые требования: соблюдение временного регламента, содержательность, наглядное представление материала (раздаточный материал, презентация PowerPoint), стиль речи.

Олимпиада или *научно-практическая конференция* выступают как активные методы обучения, если контролируется и гарантируется самостоятельность подготовки к ней студентов, а сама работа носит исследовательский характер.

Семинар-взаимообучение. Студенты готовятся по 4-6 вопросам семинарского занятия. Но каждый из них особенно тщательно изучает один из вопросов. К примеру, если их 12 человек, то можно распределить по 2 человека на один вопрос. На занятии обучаемые рассаживаются за столами попарно, в соответствии с изученными вопросами. По знаку преподавателя обучаемые в указанное время должны пересказать друг другу содержание, обсудить спорные моменты, прийти к общему мнению. Затем один из рядов смещается на одно место. 1-й обучаемый объясняет 4-му содержание первого вопроса, уточненное и расширенное в беседе со 2-м обучаемым. 4-й объясняет 1-му содержание 2-го вопроса и т.д. За полный круг все слушатели могут обменяться мнениями по всем вопросам. Преподаватель дает короткие консультации тем, кто обращается к нему.

Достоинство этого приема - в повышении вербальной активности обучаемых и в неоднократном обсуждении одной и той же проблемы. Это способствует углублению знаний, их закреплению и выяснению новых аспектов, а также выработке единого подхода. В заключительной части на общее обсуждение могут быть вынесены спорные вопросы. Окончательное заключение дает преподаватель. Данный метод требует четкой организации занятия.

Семинар «чистая страница». В ходе семинара каждый обучаемый на листе бумаги с указанием своей фамилии должен сформулировать вопросы, замечания и дополнения к высказываниям оппонентов. Тот, кто сдает преподавателю незаполненный лист, считается неподготовленным к занятию и обязан сдать эту тему персонально преподавателю. Это повышает ответственность и активность всех обучаемых.

Кейс-семинар проводится на основе использования кейс-метода (технология анализа конкретных ситуаций). Кейс-стади «case-study»- это метод анализа ситуаций. Суть его заключается в том, что обучающимся предлагают осмыслить реальную жизненную ситуацию. В процессе ее разрешения студенту требуется актуализировать знания, полученные ранее, а если знаний не хватает, то найти их и применить. При этом зачастую сама

проблема не имеет однозначных решений, что позволяет преподавателю варьировать ход занятия.

По технологии применения кейс-стади относится к методу решения сложных, слабо структурированных проблем, предполагающих использование творческого потенциала исследователя, ориентацию на инновацию. Главный акцент при использовании метода конкретной ситуации ставится не столько на развитие навыков решения проблемы, сколько на развитие аналитического мышления, которое необходимо для выявления проблемы, ее формулировки, принятия решения.

Использование метода конкретных ситуаций предполагает его адаптацию к различным аудиториям. Для этого целесообразно провести предварительную классификацию возможных типов ситуаций с целью подбора эффективной технологии преподавания каждой конкретной ситуации и методического выстраивания курсов по принципу нарастающей сложности и интенсивности организации занятий.

Иллюстративные ситуации (блиц-ситуации). Ориентированы на формирование профессионального языка и умения идентифицировать проблему в кейс-ситуацию, общим объемом не более одной страницы. Ситуации могут включаться в лекцию с целью обсуждения изучаемого материала непосредственно на лекции. Не исключается и экспресс-проверка степени понимания студентами излагаемой темы путем письменного разбора мини-ситуаций.

Нормативные ситуации (чаще всего с элементами задачи) имеют определенные расчетные или нормативные параметры, позволяющие провести анализ и найти однозначный ответ. Эти ситуации главным образом предназначены для контроля знаний по пройденному теоретическому материалу. Данный тип задач может иметь несколько уровней сложности в зависимости от исходной степени структурирования представленного в ситуации материала. Например, наличие избыточной информации, отсутствие четкой формулировки проблемы и поставленной задачи, неочевидность алгоритма, необходимого для решения имеющейся проблемы в ситуации и т.д.

Функциональные ситуации. Характерны наличием проблем, лежащих в четко очерченной функционально-предметной области, что требует от слушателя знания теоретических разделов соответствующей дисциплины. Наряду с числовыми данными, как правило, имеется противоречивая информация, усиливающая фактор неопределенности в выборе решения. В таких ситуациях обычно заранее известно правильное решение, но оно не исключает наличия альтернативных, не менее привлекательных. Особое внимание здесь уделяется аргументации и степени доказательности выбранного решения. Тем самым

функциональные ситуации ориентированы на развитие инноваций через предметное знание.

Стратегические ситуации. Не имеют, да и не могут иметь однозначного решения из-за невозможности определить влияние нестабильных факторов, которые всегда присутствуют в реальных системах. Это класс наиболее сложных ситуаций, так как множество противоречивых критериев выбора не позволяет окончательно оценить эффективность выдвигаемого решения. Споры при их обсуждении часто заходят в тупик, и преподаватель вынужден завершать дискуссию в достаточно напряженной обстановке.

Привлекательность таких ситуаций состоит в том, что они ориентированы на формирование инноваций через концептуальное знание и тем самым работают на формирование ключевой компетенции. Это доказывает и тот факт, что ситуации данного типа наиболее активно и содержательно неоднократно разбираются в различных аудиториях практических работников. В результате возникает потребность в их модифицировании путем включения имитационного механизма проигрывания предложенных решений. Стратегические ситуации наиболее пригодны для развития на их базе игровых процедур.

Примерная структура кейса

1. **Введение** - первые несколько абзацев:

- постановка задачи;
- название учреждения, имена и должности главных персонажей;
- название, размещение и номенклатура продукции организации;
- название кейса и авторство.

2. **Проблема** - несколько абзацев:

- краткое описание проблемы (как она видится разными участниками событий);
- описание структуры проблемной ситуации, если возможно.

3. **Материалы для решения** - структурированы в форме вопросов и ответов или разбиты на темы и подтемы. Материалы, необходимые для решений каждого конкретного кейса, самостоятельно определяются автором. Цель этого раздела — в явной интерактивной форме представить большой объем информации. Самая общая схема структурирования материала включает:

- историю учреждения с важнейшими моментами в ее развитии;
- описание внешней среды (если требуется) — история отрасли или сферы, в которой состоит данное учреждение, и главные силы, вызывающие изменения; описание состояния рынка в данной области (продукты, потребители, производство, распределение

- и т. п.); разбор главных конкурентов (их стратегии, позиции на рынке, политики маркетинга и распределения);
- расширенное описание ситуации по проблеме или решению - общее состояние дел в компании, ее слабые и сильные стороны; дилеры и партнеры; управленческая стратегия; организационные отношения; ключевые фигуры в управленческой группе; производственные операции, продукты и процессы; финансовое положение компании; маркетинговая информация; взаимодействие работников;
 - схемы, таблицы, статистика, финансовая отчетность, фотографии персонажей, другие красивые картинки (если есть) и др.

Семинар с использованием видеокейса. Следует отметить, что в современной педагогической практике используются учебные видеокейсы. Видеокейс - инструмент обучения, основанный на кейс-методе (методе анализа конкретных ситуаций). Суть этого метода заключается в том, что обучающимся предлагают осмыслить ситуацию из реальной профессиональной практики. В случае с видеокейсом учебная ситуация описывается посредством кино. Это может быть игровое (ситуация разыгрывается профессиональными актерами по заранее подготовленному сценарию), либо документальное. Видеокейс, как правило, состоит из видеофильма на CD-ROM носителе; записки для преподавателя (в которой содержатся рекомендации о том, как лучше организовать работу с видеокейсом, авторский анализ ситуации и вопросы для обсуждения, а также дополнительные задания и упражнения по теме).

Использование кейс-метода на занятии позволяет: «погрузить» участников обучения в реальную проблемную ситуацию, являющуюся типичной для их будущей или настоящей профессиональной деятельности; повысить эффективность усвоения учебного материала за счет применения активных методов обучения и визуализации проблемной ситуации; повысить эмоциональную вовлеченность участников занятия в процесс обучения, повысить групповую динамику; вырабатывать практические навыки непосредственно в учебной аудитории; перенести акцент обучения с передачи сухих знаний на выработку конкретных навыков и компетенций, сделать занятие нескучным для его участников, так как на нем будут доминировать игровые процедуры.

Тренинговые технологии в проведении практических занятий

Тренинг сегодня стал самой распространенной интерактивной технологией среди методов игрового обучения, предметом которых является профессиональное взаимодействие. Его основная цель - формирование межличностной составляющей будущей профессиональной деятельности путем развития психодинамических свойств человека и

формирования его эмоций, интеллекта, метакомпетентностей. На тренинге реализуются следующие задачи:

- практическое применение знаний, умений и навыков профессионального взаимодействия;
- открытие, осознание и демонстрация поведенческих реакций партнеров, манер, индивидуального стиля коммуникации и др.

В отличие от теоретических схем, предлагаемых в лекционных курсах, имеющих, как правило, мало вариантов, в процессе тренинга у его участников формируются наиболее продуктивные приемы и способы взаимодействия, основанные на индивидуальных особенностях человека и его коммуникативной компетентности.

Высокая образовательная результативность тренинга определяется также тем, что тренинг, будучи построенным на моделировании реальных профессиональных ситуаций, требует от его участников активной включенности в процесс общения и мобилизации интеллектуального и аналитического потенциала.

При использовании разнообразных интерактивных технологий в процессе тренинга обычно предусматривается столкновение участников с релевантными ситуациями (от англ. *relevant* — уместный, относящийся к делу), возникающими в их реальной профессиональной деятельности, но не разрешаемыми на основании использования стандартных, традиционно применяемых техник и тактик поведения. Это важно для поиска оптимальных путей разрешения ситуаций, выработки эффективного сценария делового взаимодействия, подбора вербального и невербального репертуара, снимающего агрессию и вовлекающего партнера в доброжелательное сотрудничество.

Существенной особенностью тренинга является также то, что он позволяет проигрывать процесс взаимодействия людей при поиске и воплощении в практику принятых решений, выбранных действий и поступков. Активизирующий эффект тренинга обусловлен также созданием особой *учебно-экспериментальной обстановки*, обеспечивающей понимание участниками того, какие индивидуальные и групповые психологические события разворачиваются в процессах межличностного общения, интенсивной обратной связи, и формированием практических умений, необходимых в повседневной работе.

Участники занятия становятся очевидцами того, как и каким образом каждый из них *влияет на других*, каковы при этом *роль совместной деятельности* и ее содержание, как ситуация в целом (т.е. динамика взаимоотношений и действий) управляет поведением отдельных обучаемых и всей группы.

Для научения и развития компетентностей в современном тренинге используются практически все интенсивные технологии, а именно: информация, сообщение, ми-

ни-лекция; структурированная и управляемая дискуссия; мозговой штурм; разбор кейса и кейс-стади; ролевая игра и разыгрывание ситуаций в ролях; коммуникативные задачи и упражнения; презентации и самопрезентации;

- аналитические упражнения;
- игры-симуляции, имитационные игры;
- фрагменты деловых игр;
- видеодемонстрации и видеоанализ поведения участников обучения.

В практике профессиональной подготовки используются разнообразные виды тренингов. Одни из них относятся к группе *социально-психологических* и достаточно часто применяются в учебном процессе. Например: тренинги социальных навыков, прогнозирования поведения, коммуникативный, развития презентационных навыков и умений, креативности, выработки стрессоустойчивого поведения, тренинги общения, ораторского мастерства.

Другие тренинги, используемые в практике обучения, можно отнести к группе *управленческих*. Например: тренинг лидерства, конкуренции и власти; коллективного принятия решений; тренинг для победителя; формирования команды и т.д.

В зависимости от поставленных задач тренинг приобретает разные формы, все многообразие которых специалисты условно делят на две большие группы:

- *ориентированные на приобретение и развитие профессиональных умений и навыков* делового взаимодействия, способствующие повышению эффективности организационной деятельности (тренинг партнерской беседы, ведения деловых переговоров, формирования команды, разрешения межличностных конфликтов, проведения деловых совещаний, телефонной коммуникации, продвижения образовательных услуг, консультирования и др.);
- *нацеленные на углубление опыта анализа ситуаций общения* (коррекция, формирование и развитие установок и ценностных ориентаций, необходимых для успешного межличностного и межгруппового общения; развитие способности адекватно воспринимать себя и других людей; мотивационный тренинг; тренинг лидерства и др.).

Преподавателю, ведущему тренинг, важно научиться создавать учебно-методические материалы, обеспечивающие его эффективное осуществление. Эта работа проводится на всех этапах тренинга. Предварительная работа до начала обучения: корректируются должностные инструкции специалиста с учетом новых требований; формулируются конкретные цели и задачи обучения; разрабатываются и описываются инструкции для студентов (как выполнять упражнение) и для самого тренера (как проводить уп-

ражнение); готовится специальная анкета, позволяющая сделать диагностику уровня компетентности обучаемых «на входе»; подготавливаются необходимые раздаточные материалы и рабочее пособие с заданиями для тренинга.

Для того, чтобы добиться эффективности обучающего тренинга, преподавателю необходимо следовать следующим рекомендациям:

- следить за временем, чтобы закончить вовремя; избегать длительной дискуссии по общим вопросам или возвращению к вопросам, оставленным «на потом»;
- задавать ряд острых коротких вопросов, на которые все участники по очереди должны дать ответы;
- предлагать коллективное задание («выгрузка» из игры) на 35 мин и завершать его публичной презентацией;
- оставлять на конец игрового занятия какую-нибудь важную информацию или предлагать нужный раздаточный материал;
- получать от участников обратную связь (например, какие эмоции и чувства они испытывали во время тренинга или в данный момент);
- напоминать обучаемым, чего им удалось достичь («сухой остаток»), или написать на доске вопросы, за которые можно будет взяться на следующем занятии;
- благодарить всех за сотрудничество в достижении целей учебной программы.

Все современные активные и интерактивные формы проведения практических занятий и семинаров позволяют усилить роль личности преподавателя в учебном процессе, предоставив ему поле для творчества. Важной особенностью современного образования является его непрерывное совершенствование. В условиях перехода на стандарты нового поколения в учебном процессе вуза существует острая необходимость в использовании современных образовательных технологий. Научно-технический прогресс, информатизация общества требуют от обучающихся овладеть особыми качествами в современном образовательном процессе. На рынке труда необходимы такие специалисты, которые способны анализировать проблемы и ситуации, возникающие в профессиональной деятельности, которые способны предлагать пути решения этих проблем. Личность должна быть многогранной, способной к самоанализу, самооценке и саморазвитию. Следовательно, необходимо использовать такие методы обучения, которые бы способствовали развитию творческих, коммуникативных и аналитических навыков, а также активизировали образовательный процесс, делая его более продуктивным и интересным для самих обучающихся.

Использование современных методов обучения обеспечивает интерес к заданной проблеме, формирует правильные профессиональные умения, обеспечивает подготовку

специалиста, способного грамотно мыслить и принимать оптимальные решения, с высокой эффективностью помогает решить образовательные задачи. Данные методы могут использоваться в различных образовательных программах.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО программой курса предусмотрено чтение лекций в различных формах их проведения: проблемные лекции с элементами эвристической беседы, информационные лекции, лекции с опорным конспектированием, лекции-визуализации, интерактивные беседы. Проведение семинарских занятий осуществляется в форме развернутой беседы на основании плана, а также в форме семинаров дискуссий, тренинговых упражнений, деловых игр и диспутов, обсуждение материалов педагогической практики.

Особое место в процессе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» занимает работа с различными источниками информации, научной и учебно-методической литературой, интернет-ресурсами.

Освоение курса предполагает, помимо посещения лекций и семинарских занятий, выполнение домашних заданий, которые заключаются в творческом применении педагогических технологий развития личности, индивидуальной работе по развитию навыков педагогической деятельности.

6.4 Методические указания и материалы по видам учебных занятий

Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» представлена в таблице 12.

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Вид учебных занятий, работ	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой

	литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.).
Контрольная работа	Решение ситуационных заданий и тренинговые задания.
Домашние задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Научно-исследовательская работа	Изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме.

6.5 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий. Интерактивность подразумевает субъект-субъектные отношения в ходе образовательного процесса и, как следствие, формирование саморазвивающейся информационно-ресурсной среды.

Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) представлены в таблице 13.

Таблица 13 - Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «**Коммуникационный менеджмент**»

курс семестр	Вид занятия (Л, ПР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
4/7	Л	Лекции, проблемные лекции, презентации,	-
	ПР	круглые столы, научные дискуссии, решение практико-ориентированных заданий, деловые и ролевые игры, тренинги	12

7.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

По дисциплине «Коммуникационный менеджмент» предусмотрен текущий контроль в виде тестирования в 7 учебном семестре, и итоговый контроль по дисциплине в виде зачета в 7 семестре. Порядок проведения текущего контроля и итогового контроля строго соответствует Положению о проведении текущего контроля успеваемости и рубежного контроля студентов в Академии ИМСИТ. В перечень вопросов на зачет включаются вопросы из различных разделов учебной дисциплины, позволяющие проверить и оценить теоретические знания студентов. Текущий контроль засчитывается на основе полноты раскрытия темы и выполнения представленных заданий.

Текущий контроль осуществляется на лекционных занятиях (посещение-от 0 до 1 балла; при проверке конспектов) и оценке работы во время лекции (от 0 до 5 баллов: ответы на проблемные вопросы, участие в дискуссии), на семинарских и практических занятиях – оцениваются ответы на теоретические вопросы, участие в дискуссиях и диспутах, работа в рабочих творческих микрогруппах или динамических парах, при проведении мозгового штурма, ролевой игры, при выполнении самостоятельной работы – выполнение предусмотренных заданий для самостоятельной работы (от 0 до 5 баллов).

Для проведения зачета разрабатывается перечень вопросов, утверждаемых на кафедре.

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» прилагаются.

7.1 Тематика контрольных работ по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Цель контрольной работы – закрепить полученные знания и подготовиться к сдаче зачета. Контрольная работа должна быть выполнена в соответствии с теоретическим материалом.

1. Функции менеджера в сфере коммуникаций
2. Выбор аудиторий и средств коммуникации

3. Организация работ по реализации планов в сфере коммуникационного менеджмента
4. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих отношений, школа социальных систем)
5. Структура коммуникаций в организации
6. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
7. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.
8. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
9. Психофизиологические основы коммуникации
10. Этапы коммуникации
11. Система внешних коммуникаций организации.
12. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации
13. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
14. Особенности проведения информационных кампаний
15. Коммуникационный менеджмент в стратегическом управлении организацией
16. Виды межличностной коммуникации
17. Этапы процесса межличностной коммуникации
18. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации
19. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации
20. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
21. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
22. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов

7.2 Вопросы к зачету по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

(7 семестр)

1. Понятие о коммуникационном менеджменте
2. Коммуникационный менеджмент как процесс
3. Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации
4. Функции менеджера в сфере коммуникаций
5. Выбор аудиторий и средств коммуникации
6. Организация работ по реализации планов в сфере коммуникационного менеджмента
7. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих

отношений, школа социальных систем)

8. Структура коммуникаций в организации
9. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
10. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.
11. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
12. Этапы коммуникации
13. Система внешних коммуникаций организации.
14. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации
15. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
16. Особенности проведения информационных кампаний
17. Коммуникационный менеджмент в стратегическом управлении организацией
18. Виды межличностной коммуникации
19. Этапы процесса межличностной коммуникации
20. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации
21. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации
22. Работа с персоналом в кризисных ситуациях
23. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
24. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
25. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов
26. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе
27. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек
28. Понятие о коммуникационных сетях
29. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.
30. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.
31. Понятие об информационной войне.
32. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами
33. Коммуникационный менеджмент в работе с общественностью в мезо-среде

- фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
34. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм
 35. Развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
 36. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.
 37. Технология планирования работ.
 38. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.
 39. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.
 40. Техника проведения коммуникационной политики
 41. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики
 42. Назначение, структура и состав отдела со связями с общественностью
 43. Организация текущей работы отдела по связям с общественностью
 44. Основные знания и умения специалиста в сфере PR.
 45. Особенности коммуникационного менеджмента в корпоративных культурах разных стран
 46. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных стран в коммуникационном менеджменте

7.3 Критерии, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура оценивания результатов обучения обучающихся основана на использовании балльно-рейтинговой системы. Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать за семестр по дисциплине в ходе текущего и рубежного контроля, составляет 100 баллов. Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать в ходе сдачи зачета, также составляет 100 баллов. Итоговая оценка по дисциплине определяется как средне-взвешенный балл между баллами, выставленными за мероприятия текущего и рубежного контроля, а также баллами, выставленными на зачете. При этом удельный вес баллов, полученных в ходе семестра и на промежуточной аттестации, определяется количеством зачетных единиц трудоемкости, выделенных в рабочем учебном плане дисциплины на учебную работу и на зачет.

За учебную работу баллы распределяются следующим образом:

- аудиторные занятия (посещение и работа на занятии) – 30 баллов;
- самостоятельная работа – 30 баллов;
- рубежный контроль – 40 баллов.

Для получения допуска к промежуточной аттестации (зачету) студент должен набрать в общей сложности не менее 30 баллов и успешно пройти рубежный контроль по дисциплине. В случае пропуска студентом занятий или рубежного (текущего) контроля по учебной дисциплине по уважительной причине, подкрепленной документально, он имеет право в срок до начала промежуточной аттестации набрать дополнительные баллы (не более количества баллов, соответствующего пропущенным занятиям) путем выполнения дополнительных индивидуальных заданий, выдаваемых преподавателем.

В случае болезни или другой уважительной причины отсутствия студента на занятиях, ему предоставляется право восполнить пробелы по индивидуальному графику без снижения максимального балла. Для учета успеваемости студентов с применением балльно-рейтинговой системы преподаватель обязан ежемесячно сдавать на кафедру и в деканат балльно-рейтинговый журнал учёта результатов работы студентов в учебном семестре.

8. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха.
- с нарушениями зрения

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опор-

но-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Учебно-методическое обеспечение при изучении дисциплины «Коммуникационный менеджмент» для студентов с ОВЗ осуществляется с учетом характера их психофизиологических, индивидуальных особенностей в соответствии с их основным заболеванием.

Организации учебного процесса, СР и НИР реализуется на основе следующих принципов построения инклюзивного образовательного пространства:

1. принцип индивидуального подхода, предполагающий выбор форм, технологий, методов и средств формирования основ профессиональной деятельности в условиях реальной профессиональной действительности у студентов с ОВЗ с учетом индивидуальных образовательных потребностей каждого из студентов данной категории, учитывающими его конкретные стартовые возможностями (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).
2. принцип вариативной развивающей среды, который предполагает наличие условий необходимых для полноценного профессионального становления данной категории студентов с учетом структуры нарушения в развитии (нарушения опорно-двигательного аппарата, сенсорные нарушения и др.).
3. принцип вариативной методической базы, предполагающий возможность и способность использования методов и средств взаимодействия с данной категорией студентов из смежных областей, применение методик и приемов специальной педагогики и психологии.
4. принцип самостоятельной активности студентов с ОВЗ в процессе формирования у них профессиональных компетенций.

Учебный процесс, самостоятельная и научно-исследовательская работа студентов с ОВЗ является гибкой и вариативной организационно-методической системой, соответствующей образовательным потребностям данной категории студентов, которая способст-

вует формированию у них профессиональных компетенций; ускоряет темпы их профессионального становления и социальной адаптации.

В процессе организации и проведения занятий необходимо учитывать наиболее типичные проявления психоэмоционального развития, поведенческие и характерологические особенности, свойственные студентам с ОВЗ, такие как: повышенная утомляемость, лабильность или инертность эмоциональных реакций, нарушения психомоторной сферы, недостаточное развитие вербальных и невербальных форм коммуникации. В отдельных случаях следует учитывать их склонность к перепадам настроения и т.д.

С целью коррекции и компенсации вышеперечисленных типичных проявлений психоэмоционального развития, поведенческих и характерологических особенностей, свойственных студентам с ОВЗ, используются здоровьесберегающие технологии:

- создание благоприятной эмоциональной среды для взаимодействия с людьми с ОВЗ
- создание благоприятных условий для реализации возможностей людей с ОВЗ
- организация физкульт минуток, тренингов взаимодействия, взаимопомощи и поддержки для всех студентов, в том числе и с ОВЗ
- подбора оптимального объема СРС и заданий по НИР, в соответствии психофизиологическими особенностями студентов с ОВЗ
- использование активных и интерактивных методов обучения и воспитания — ролевая игра, дискуссия, обучение действием и т.д.;
- рациональное использование средств ТОС и ИКТ, позволяющих компенсировать психофизиологические и физические недостатки людей с ОВЗ.

В процессе текущего мониторинга и итоговой оценки студентов с ОВЗ используются адаптированные технологии и критерии оценки, учитывающие различные стартовые возможности данной категории обучающихся (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1 Основная литература

1. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 656 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=959874>

2. Басовский Л.Е. Менеджмент: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=428644>

9.2 Дополнительная литература:

1. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=543676>
2. Менеджмент : учебное пособие / Е.Г. Михалкина и др. — Москва : Русайнс, 2018. — 171 с.
Режим доступа: <https://www.book.ru/book/925926/view2/1>

9.3 Программное обеспечение и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки РГБ <http://wdl.org/ru/>
2. Международный научный журнал «Коммуникология». - Режим доступа: <http://www.communicology.us/>
3. Федеральный образовательный портал «Гуманитарное образование» - Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/>
4. Портал о креативной рекламе и PR - Режим доступа: <http://www.adme.ru/>
Российская ассоциация по связям с общественностью - Режим доступа: <http://www.raso.ru>
5. Англоязычный сайт IPRA- Режим доступа: <http://www.ipra.org/> портал для [Sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru/)- Режим доступа: <http://www.sovetnik.ru/>
6. The Baltic PR Weekend - международный форум по связям с общественностью - Режим доступа: <http://www.bprw.com/>
7. Международная премия IPRA GoldenWorldAwards- Режим доступа: <http://www.proba.ru/ipraGWA/>
8. Журнал «Журналистика и медиарынок» - Режим доступа: <http://www.jourmedia.ru/>
9. Журнал «Пресс-служба» - Режим доступа: <http://www.press-service.ru/> 10. «Сообщение» - ежемесячный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. - Режим

- доступа: <http://www.soob.ru/magazine/11>. Журнал «Stars&BrandsMagazine» - Режим доступа: <http://starsbrandsmagazine.ru/>
12. Информационно-аналитическая система «Медиалогия» - Режим доступа: <http://www.mlg.ru/>
13. «Креативный директор» - журнал об управлении творческим процессом - Режим доступа: <http://kdir.ru/about>
14. Портал о рекламе - Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>
15. Глоссарий профессиональных рекламных терминов - Режим доступа: <http://www.advesti.ru/glossary/>
16. «Реклама и полиграфия» - журнал о полиграфии, рекламе и цифровых технологиях - Режим доступа: <http://rpmagazine.ru/>
17. «Рекламные идеи» - российский журнал о творческом брендинге - Режим доступа: <http://www.advi.ru/>
- Международная исследовательская группа «TNS» - Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/>
18. Международный журнал «Медиалингвистика» <http://medialing.spbu.ru/part10/>
19. Электронный научный журнал «Медиаскоп» <http://www.mediascope.ru/20>. Журнал «Связи с общественностью в государственных структурах» - Режим доступа: <http://gospr.ru/>
21. Журнал «Язык и культура» - Режим доступа: http://journals.tsu.ru/language/&journal_page=archive
22. Электронный научный журнал «Язык. Культура. Коммуникации» - Режим доступа: <http://journals.susu.ru/lcc>
23. Электронный научный журнал «Мир лингвистики и коммуникации» - Режим доступа: <http://tverlingua.ru/>
24. Научно-практическое издание «Журналист. Социальные коммуникации». - Режим доступа: http://www.journalist-virt.ru/social_communications/index.phtml
25. Журнал «Общественные науки» - Режим доступа: <http://mii-info.ru/obshchestvennye-nauki/>
26. Журнал «Европейский журнал социальных наук» - Режим доступа: <http://mii-info.ru/>
27. Библиотека Гумер - гуманитарные науки <http://www.gumer.info/> <http://www.ipolitics.ru/>
28. Большая Научная Библиотека <http://www.sci-lib.com/>
29. <http://www.studentlibrary.ru/>
30. Справочно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru/>
31. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary (ринц)	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	бессрочно
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.

1. Microsoft Word 2007
2. Microsoft Excel 2007
3. Microsoft PowerPoint 2007
4. Acrobat Reader
5. Opera / Google Chrome / Internet Explorer / Mozilla

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер или ноутбук, оборудование мульти-медиа (проектор), доска). Мульти-медиа-проектор необходим для демонстрации электронных презентаций по разделам дисциплины.

Перечень электронных ресурсов необходимых для изучения дисциплины представлен в таблице 11.

Таблица 11 - Перечень электронно-библиотечных систем

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary (ринц)	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	бессрочно
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.
4	ЭБС Book.ru	ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г.	Срок действия до 26 апреля 2019 г.

Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты подтверждающего документа	
1.	ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.
2.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.
3.	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Mozilla Firefox

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по дисциплине представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Перечень средств материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Аудитории для проведения занятий лекционного типа (Л)		
Лекционные аудитории, с возможностью использования мультимедийного проектора ауд. 404, 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238, 113-115, 119-123.	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Аудитории для проведения занятий семинарского типа (СТ), курсовых работ (курсовых проектов) (КР), групповых (ГКонс) и индивидуальных консультаций (ИКонс), текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА)		
Аудитории для проведения занятия семинарского типа 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238, 401,402, 403, 410,412	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.

Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерный класс ауд. 114	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 20 компьютеров с выходом в интернет	<ol style="list-style-type: none"> 1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ) 3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год. 4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 6. Microsoft SQL Server 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 7. Microsoft SQL Server Management Studio 2017. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 8. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. 9. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.

		<p>10. CorelDRAW Graphics Suite X5 (15+1шт) Corel License Certificate № 4090614 от 15.03.2012.</p> <p>11. Microsoft Office стандартный 2010 (20шт). Microsoft Open License №48587685 от 27.05.2011.</p> <p>12. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>13. Autodesk 3ds Max 2016. Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>14. Autodesk AutoCAD 2016 — Русский (Russian). Письмо от 19.06.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>15. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>16. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>17. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
<p>Компьютерный класс ауд. 114а</p>	<p>16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 16 компьютеров с выходом в интернет, проектор, проекционный экран, сетевая академия CISCO.</p>	<p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка</p>

		<p>Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>9. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>10. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>11. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
Читальный зал	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17 компьютеров с выходом в интернет	<p>1. ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p>

		<p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007</p> <p>6. Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, StarUML V1.</p>
--	--	--