

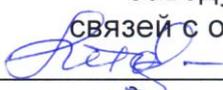
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

связей с общественностью

Е.Е.Топильская


подпись

22.06.2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В. 02 Коммуникационный менеджмент в СМИ
Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

1. Шифр и наименование направления подготовки:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура)

2. Профиль подготовки:

– Реклама и связи с общественностью в СМИ

3. Квалификация (степень) выпускника: магистр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью

6. Составители программы: Курганова Е.Б., кандидат филологических наук, доцент

7. Рекомендована: протоколом НМС факультета журналистики №8 от 30.05.2018

8. Учебный год: 2018/2019

Семестр: 1

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель курса: сформировать целостное представление о коммуникационном менеджменте, его роли и месте в политике организации, познакомить с функциональными обязанностями менеджера по коммуникациям.

Задачи курса: дать обучающимся рекомендации по изучению конкретных вопросов коммуникационного менеджмента, помогающих в самостоятельном освоении дисциплины; ознакомить обучающихся с объемом требований, предъявляемых на экзамене; помочь обучающимся в использовании опубликованной литературы по проблемам, относящимся к дисциплине; ознакомить обучающихся с перечнем конкретных знаний и умений, которые должны быть приобретены в результате изучения учебной дисциплины.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент в СМИ» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура) и входит в базовую (профессиональную) часть этого цикла.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

| Компетенция | | Планируемые результаты обучения |
|-------------|---|--|
| Код | Название | |
| ОПК-2 | обладать способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия | <p>знать коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>уметь планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>владеть навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий</p> |
| ПК-12 | обладать способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий | <p>знать коммуникационные кампании и мероприятия;</p> <p>уметь определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>владеть навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий</p> |

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час (в соответствии с учебным планом) — 108 часов/ 3 ЗЕТ. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

13. Виды учебной работы:

| Вид учебной работы | Трудоемкость (часы) | | | |
|-------------------------------|---------------------|--------------|--|--|
| | Всего | По семестрам | | |
| | | Сем.1 | | |
| Аудиторные занятия | 32 | 32 | | |
| в том числе: лекции | 16 | 16 | | |
| практические | 16 | 16 | | |
| Самостоятельная работа | 40 | 40 | | |

| | | | | |
|-----------------|------------|------------|--|--|
| Контроль | 36 | 36 | | |
| Итого: | 108 | 108 | | |

13.1. Содержание разделов дисциплины:

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела дисциплины |
|-------|--|---|
| 1 | Коммуникации в управлении | Общее понятие коммуникации и коммуникационного менеджмента. Трактовки термина “коммуникация” в различных научных дисциплинах: психологии, теории социальной коммуникации и др. Теория коммуникаций: предмет дисциплины, цель и задачи. Процесс коммуникации: основные этапы (этап отправления и этап получения, кодирование-декодирование, шумы, обратная связь). Коммуникационные сети: межличностные и организационные, централизованные и децентрализованные. Виды связей, использующихся в коммуникационной сети. Коммуникационные стили. |
| 2 | Невербальная коммуникация и ее роль в коммуникационном менеджменте | Понятие невербальной коммуникации. Подсистемы невербальной коммуникации (пространственная, взгляда, оптико-кинетическая, паралингвистическая, экстралингвистическая). Виды жестов (подражательные, символические, эмоциональные, указательные, изобразительные, ритмические). Национальная специфика использования невербальной коммуникации. |
| 3 | Основные подходы к проблеме управления коммуникациями в организациях | Ремесленная модель управления коммуникациями (1950-70 гг). Модель “продавца” (1970-е гг.). “Симметричная модель паблик рилейшнз” (кон. 1980-х гг). |
| 4 | Коммуникационный менеджмент как процесс | Процесс управления коммуникациями как последовательность следующих действий: оценка ситуации, определение целей, определение контактных и целевых аудиторий, выработка стратегий, разработка программ, оценка эффективности. Менеджер по коммуникациям и его функции в организации. |
| 5 | Коммуникативное пространство и его организация | Символическая организация коммуникативного пространства. Визуальная организация коммуникативного пространства. Событийная организация коммуникативного пространства. Мифологическая организация коммуникативного пространства. Коммуникативная организация коммуникативного пространства. Общие характеристики ключевого коммуникатора. Методы определения ключевых коммуникаторов. Характеристики источника сообщения, влияющие на его эффективность. |
| 6 | Формальные и | Стандартные формы (бланки) как элементы |

| | | |
|---|---|--|
| | неформальные коммуникации организации | формальной передачи информации, их преимущества и недостатки. Целевые группы и задачи предприятия в системе коммуникаций. Межуровневые коммуникации в организациях (коммуникации по восходящей и нисходящей). Слух как канал неформальных коммуникаций в организации. Источники слухов. Коммуникативные характеристики слухов. Виды слухов. Способы борьбы со слухами. |
| 7 | Коммуникационный менеджмент в условиях конфликта и кризисной ситуации | Природа конфликта в организации. Типы конфликтов. Уровни конфликтов в организации. Коммуникационные методы управления конфликтной ситуацией. Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Порождение и блокирование информации в условиях кризиса. Ведение переговоров в кризисных ситуациях. Гарвардский проект по переговорам. Специфика переговоров с террористами. Специфика деятельности спиндоктора. Основные спин-технологии. Особенности коммуникативного пространства, значимые для спиндоктора. |

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Виды занятий (часов) | | | | |
|-------|---|----------------------|--------------|--------------|------------------------|-------|
| | | Лекции | Практические | Лабораторные | Самостоятельная работа | Всего |
| 1 | Коммуникации в управлении | 2 | 2 | | 4 | 8 |
| 2 | Невербальная коммуникация и ее роль в коммуникационном менеджменте | 2 | 2 | | 4 | 8 |
| 3 | Основные подходы к проблеме управления коммуникациями в организациях | 2 | 2 | | 6 | 10 |
| 4 | Коммуникационный менеджмент как процесс | 2 | 2 | | 4 | 8 |
| 5 | Коммуникативное пространство и его организация | 2 | 2 | | 6 | 10 |
| 6 | Формальные и неформальные коммуникации организации | 4 | 4 | | 6 | 14 |
| 7 | Коммуникационный менеджмент в условиях конфликта и кризисной ситуации | 2 | 2 | | 6 | 10 |

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего магистра рекламы и связей с общественностью. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по узловым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На практических занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу. Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы самостоятельной работы (поиск примеров реализованных способов организации коммуникационного пространства в сети Интернет для проведения их анализа, определения их типа); 2) внеаудиторной творческой формы (структурирование собственной коммуникационной кампании).

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|----------|
|-------|----------|

| | |
|----|--|
| 1. | Марусева И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах : (подготовка к экзамену): учебное пособие для вузов/ И. В.Марусева. - М., Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 214 с. - ISBN: 978-5-4475-3089-1. - <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=256547 |
| 2. | Шарков Ф. И. Коммуникология : коммуникационный консалтинг: учебное пособие/ Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2013, - 407 с. - ISBN: 978-5-394-01969-2. - <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=255817 > |

б) дополнительная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|--|
| 3. | Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. В. М. Шепель. - М. : Гардарики, 2004. - 350 с. |
| 4. | Пономарев Н.Ф. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура: учебн. пособие/ Н.Ф. Пономарев. – Пермь, ПГУ, 2008. |
| 5. | Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 352 с. |
| 6. | Связи с общественностью : базовые понятия : учеб. пособие / под ред. В. В. Тулупова и Ю. Л. Полевого. - Воронеж : Кварта, 2003. - 318 с. |

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

| № п/п | Ресурсы Интернет |
|-------|--|
| 10. | Независимый журнал о PR– URL: http:// www. mediabitch. ru |
| 11. | Сайт о творчестве – URL: http:// www.adme.ru |

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

| | |
|---|--|
| 1 | Задачник по PR: учебное пособие /А. Е. Богоявленский, Е. Б. Курганова, Д. Н. Нечаев и др/ под ред. М.Е. Новичихиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2011. – 118 с. |
| 2 | Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с. |
| 3 | Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260. |
| 4 | Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с. |
| 5 | Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью: методические рекомендации/ под ред. проф. М.Е. Новичихиной и доц. Е.Е.Топильской. – Воронеж, 2013. – 40 с. |

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ([http // www.lib.vsu.ru/](http://www.lib.vsu.ru/)).

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

типовое оборудование аудитории, проектор, экран, ноутбук, Microsoft Office — офисный пакет приложений от корпорации Microsoft для операционных систем Microsoft Windows, Windows Phone, Android, OS X, iOS. В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

| Код и содержание компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков) | Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование) | ФОС (средства оценивания) |
|--|--|--|---------------------------|
| ОПК-2 обладать способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия | знать коммуникационные кампании и мероприятия | Раздел 1. Коммуникации в управлении. Раздел 2. Невербальная коммуникация и ее роль в коммуникационном менеджменте. Раздел 3. Основные подходы к проблеме управления коммуникациями в организациях. Раздел 4. Коммуникационный менеджмент как процесс | Тест |
| | уметь планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; | Раздел 5. Коммуникативное пространство и его организация. Раздел 6. Формальные и неформальные коммуникации в организации | Контрольная работа |
| | владеть навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий | Раздел 7. Коммуникационный менеджмент в условиях конфликта и кризисной ситуации | Контрольная работа |

| | | | |
|---|---|--|--------------------|
| | | | |
| ПК-12 обладать способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий | знать коммуникационные кампании и мероприятия | Раздел 1. Коммуникации в управлении. Раздел 2. Невербальная коммуникация и ее роль в коммуникационном менеджменте. Раздел 3. Основные подходы к проблеме управления коммуникациями в организациях. Раздел 4. Коммуникационный менеджмент как процесс | Тест |
| | уметь определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий | Раздел 5. Коммуникативное пространство и его организация. Раздел 6. Формальные и неформальные коммуникации в организации | Контрольная работа |
| | владеть навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий | Раздел 7. Коммуникационный менеджмент в условиях конфликта и кризисной ситуации | Контрольная работа |
| | Промежуточная аттестация 1 Экзамен | | |

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом дисциплины;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять теоретические знания на практике, решать практические задачи в области СО.

| Критерии оценивания компетенций | Уровень сформированности компетенций | Шкала оценок |
|---|--|--|
| <p>Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области рекламы и СО.</p> <p>Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области рекламы и СО, но допускает при этом отдельные ошибки.</p> <p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области рекламы и СО.</p> | Повышенный, базовый и пороговый уровни | Отлично Хорошо Удовлетворительно/Зачтено |
| Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области рекламы и СО | – | Неудовлетворительно/ Незачтено |

19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.3.1 Перечень вопросов к зачету

Перечень вопросов.

Контрольно-измерительные материалы для экзамена и курсовых работ

| № п/п | Перечень вопросов |
|-------|---|
| 1 | Понятие коммуникации и коммуникационного менеджмента. Процесс коммуникации (этап отправления и получения, кодирование и декодирование, обратная связь, наличие шума). |
| 2 | Коммуникационные сети (горизонтальные, вертикальные и диагональные связи; коммуникационные сети внутри организации и в межличностной коммуникации). |
| 3 | Коммуникационные стили (параметры для выделения стилей, их виды). |
| 4 | Невербальная коммуникация (основные типы невербальной коммуникации, национальная специфика невербальных символов). |
| 5 | Коммуникативное пространство и способы его организации (символическая, визуальная, событийная, мифологическая и коммуникативная организация). |
| 6 | Формальные и неформальные коммуникации в организации. |
| 7 | Слух и его функционирование в среде коммуникации. |
| 8 | Основные подходы к проблеме управления коммуникациями в организациях (ремесленная модель, модель «продавца» и симметричная модель PR). |
| 9 | Коммуникационный менеджмент как процесс (ситуация, цели, ЦА, стратегии, программы, оценка эффективности). |
| 10 | Менеджер по коммуникациям и его функции в организации. |
| 11 | Внешние и внутренние контактные аудитории организации. Проведение основных мероприятий в ходе работы с ними. |
| 12 | Конфликт и управление им с помощью инструментов коммуникационного менеджмента. |

| | |
|----|---|
| 13 | Особенности кризисных коммуникаций. |
| 14 | Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисной ситуации. |
| 15 | Конкретные примеры разрешения кризисных ситуаций с помощью инструментов коммуникационного менеджмента (примеры могут быть удачными и неудачными). |
| 16 | Ведение переговоров в контексте коммуникационного менеджмента |
| 17 | Работа спиндоктора в контексте коммуникационного менеджмента. |

19.3.2 Тестовые задания

Комплект заданий для тестирования Б1.В. 02 Коммуникационный менеджмент в СМИ

по дисциплине

Задание 1. Какой характер носит коммуникация между отдельными личностями?

- а) межгрупповой;
- б) межорганизационный;
- в) межличностный;
- г) внутриличностный.

Задание 2. Что из предложенного способствует превращению коммуникационного процесса в дорогу с двусторонним движением?

- а) наличие получателя;
- б) наличие обратной связи;
- в) наличие шума;
- г) наличие передатчика.

Задание 3. Какое название носит коммуникационная сеть, в центре которой находится лицо, имеющее больше коммуникационных связей, чем другие члены группы?

- а) вертикальная;
- б) диагональная;
- в) децентрализованная;
- г) централизованная.

Задание 4. Какие переменные лежат в основе измерения межличностной коммуникации?

- а) открытость в коммуникации;
- б) адекватность обратной связи;
- в) наличие или отсутствие шума;
- г) наличие коммуникативных качеств.

Задание 5. Какого из предложенных стилей коммуникации не существует?

- а) замыкание в себе;
- б) позиционирование себя;
- в) "торговля" за себя;
- г) реализация себя.

Задание 6. Дайте определение понятию "коммуникационный менеджмент":

- а) процесс инициации, направления и контроля над коммуникациями;
- б) передача информации от одного субъекта другому;
- в) кодирование и декодирование информационных сообщений;
- г) налаживание двусторонней связи.

Задание 7. Подход "продавца" к управлению коммуникациями является:

- а) контролируемым односторонним движением;

- б) неконтролируемым двусторонним движением;
- в) контролируемым двусторонним движением;
- г) неконтролируемым односторонним движением.

Задание 8. Какая из перечисленных контактных аудиторий не относится к внешним?

- а) управляющие;
- б) конкуренты;
- в) маркетинговые посредники;
- г) финансовые круги.

Задание 9. Какая из предложенных коммуникационных стратегий не входит в “комплекс инструментов” менеджера по коммуникациям?

- а) диалоговая стратегия;
- б) стратегия внушения;
- в) стратегия информирования;
- г) стратегия достижения согласия.

Задание 10. Что из предложенного относится к незапланированным коммуникационным обращениям организации?

- а) взаимоотношения с общественностью;
- б) упаковка продукции;
- в) поведение обслуживающего персонала;
- г) спонсорство.

Задание 11. Какой из перечисленных коммуникационных каналов относится к наименее емким?

- а) физическое присутствие (контакт лицом к лицу);
- б) безличный статичный канал (отчеты, бюллетени);
- в) интерактивный канал (телефон, электронные средства связи);
- г) личный статичный канал (письма).

Задание 12. Какого способа организации коммуникативного пространства не существует?

- а) символического;
- б) визуального;
- в) коммуникативного;
- г) стереотипного.

Задание 13. Как называется специфическая черта слуха, заключающаяся в обязательной дальнейшей циркуляции данной коммуникативной единицы?

- а) персонализация;
- б) самотранслируемость;
- в) терминализация;
- г) эмоциональность.

Задание 14. Какого из предложенных типов слухов не существует?

- а) слух-желание;
- б) нелепый слух;
- в) слух-пугало;
- г) слух-миф.

Задание 15. Какая из данных спин-технологий активно применяется в ходе борьбы со слухами?

- а) “торнадо-спин”;
- б) “пред-спин”;
- в) “конфликт-контроль”;
- г) “оптимизация урона”.

Задание 16. Что из перечисленного характерно для массовой коммуникации?

- а) ориентация на большие группы людей;
- б) использование технических средств;
- в) ориентация на индивида как субъекта коммуникации.

Задание 17. Кто является автором первой коммуникационной модели?

- а) Цицерон;
- б) Демосфен;
- в) Платон;
- г) Аристотель.

Задание 18. В какую эпоху слово “коммуникация” приходит в русский язык??

- а) в эпоху Ивана Грозного;
- б) в эпоху Петра I;
- в) в эпоху Екатерины II;
- г) в эпоху Николая II.

Задание 19. Коммуникационная сеть – это:

- а) способ выстраивания коммуникационного взаимодействия с окружающими;
- б) степень раскрытия себя в коммуникации для других в целях получения ответной реакции;
- в) соединение определенным образом участвующих в коммуникационном процессе индивидов с помощью информационных потоков;
- г) способ управления коммуникациями в организации.

Задание 20. Какие типы связи из перечисленных используются в коммуникационной сети?

- а) параллельные;
- б) диагональные;
- в) горизонтальные;
- г) перпендикулярные.

Задание 21. Что является элементом децентрализации коммуникационной сети?

- а) наличие диагональных связей;
- б) наличие лидера;
- в) наличие вертикальных связей;
- г) наличие горизонтальных связей.

Задание 22. К какой подсистеме невербальной коммуникации относятся жесты?

- а) к экстралингвистической подсистеме;
- б) к пространственной подсистеме;
- в) к паралингвистической подсистеме;
- г) к кинетической подсистеме.

“

Задание 23. Что из предложенного относится к запланированным коммуникационным обращениям организации?

- а) поведение обслуживающего персонала;
- б) личные продажи;
- в) реакция на обращения клиентов;
- г) журналистские расследования.

Задание 24. Какая процедура считается самой сложной для измерения при проведении оценки эффективности коммуникационной политики?

- а) измерение отношений и предпочтений аудитории;
- б) измерение запоминания и удержания в памяти;
- в) измерение поведения;
- г) измерение понимания и осознания.

Задание 25. Какой способ борьбы со слухами является наиболее эффективным?

- а) активное опровержение слуха;
- б) игнорирование слуха;
- в) заполнение информационного вакуума убедительной информацией.

Ключ: 1в) 2б) 3г) 4аб) 5 б) 6а) 7а) 8а) 9б) 10в) 11б) 12г) 13б) 14г) 15а) 16аб) 17г) 18б) 19в) 20бв) 21г) 22г) 23б) 24в) 25в).

19.3.3 Перечень заданий для контрольных работ

Комплект заданий для контрольной работы

по дисциплине Б1.В. 02 Коммуникационный менеджмент в СМИ

Индивидуальные/ групповые творческие задания/проекты:

1. Провести ситуационный анализ для коммерческой компании (анализ рыночной, дистрибьюторской, конкурентной ситуации и ситуации на уровне макросреды).
2. Определить цель и задачи коммуникационной программы.
3. Определить ключевые целевые аудитории и механизмы коммуникативного воздействия на них.
4. Выбрать коммуникативную стратегию.
5. Разработать коммуникационную программу.
6. Провести оценку эффективности коммуникационной программы.
7. Выбрать подходящий способ организации коммуникативного пространства.
8. Подобрать из практики рекламы и PR примеры успешного запуска слухов либо эффективной профилактики/ противодействия слухам инструментами коммуникационного менеджмента.

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины, осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); оценки результатов практической деятельности (курсовая работа). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.

Программа рекомендована протоколом НМС факультета журналистики №8 от 30.05.2018

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
шифр и наименование направления/специальности

Дисциплина Б1.В.02 Коммуникационный менеджмент в СМИ

код и наименование дисциплины

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в СМИ

Форма обучения: очная

Учебный год 2018-2019

Ответственный исполнитель

к.ф.н., доцент кафедры СО



Курганова Е.Б.

.2018

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

Исполнители

_____ .__ 20__

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

_____ .__ 20__

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО

Куратор ООП ВПО

по направлению/ специальности



Бebчук Е.М.

.2018

подпись

расшифровка подписи

Зав.отделом обслуживания ЗНБ



Шалина И.П.

.2018

подпись

расшифровка подписи

РЕКОМЕНДОВАНА НМС факультета журналистики протокол №8 от 30.05.2018

(наименование факультета, структурного подразделения)