

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Экономики труда и основ управления



А.А. Федченко
30.05.2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.04 Организационные коммуникации

- 1. Шифр и наименование направления подготовки:** 38.04.01 Экономика
- 2. Направление подготовки:** все профили направления
- 3. Квалификация (степень) выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** экономики труда и основ управления
- 6. Составители программы:** Кравец Максим Александрович, к.ф.-м.н., доцент
- 7. Рекомендована:** НМС экономического факультета протокол №5 от 24.05.2018

отметки о продлении

8. Учебный год: 2019/2020

Семестр(ы): 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения дисциплины формирование у студентов общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций необходимых для построения эффективных организационных коммуникаций.

Основные задачи, решаемые в ходе изучения дисциплины:

- формирование у будущих специалистов представления о роли организационных коммуникаций в функционировании и развитии предприятия;
- освоение методологии исследования организационных коммуникаций;
- привить навыки формирования и изменения составляющих организационных коммуникаций;
- привить навыки стратегического подхода к развитию организационных коммуникаций.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: базовая часть.

Для изучения данной дисциплины предполагается, что студент должен обладать базовыми знаниями, умениями и навыками в области системного анализа экономических процессов, что будет способствовать системному представлению организационных коммуникаций; филологического обеспечения профессиональной деятельности и деловой коммуникации, что позволит лучше освоить навыки результативных организационных коммуникаций.

Данная дисциплина, предваряет все курсы дисциплин по выбору, имеющих управленческое основание, в котором организационные коммуникации, играют важнейшую роль.

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	
ОК-2	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	знать: возможности средств организационных коммуникаций; универсальные и специфические принципы коммуникации уметь: определять соответствующее ситуации средство коммуникации владеть: навыками результативной коммуникации
ОПК-3	Способность принимать организационно-управленческие решения	знать: взаимосвязь организационных коммуникаций с другими элементами организации; предназначение каналов организационных коммуникаций; свойства различных конфигураций коммуникационных сетей уметь: идентифицировать проблемные области организационных коммуникаций; формировать стратегию организационных коммуникаций с учетом стратегии развития организации владеть: навыками исследования организационных коммуникаций; методологией разработки стратегии организационных коммуникаций

ПК-2	Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p>знать: основные направления теоретических исследований коммуникационной науки</p> <p>уметь: обосновывать значимость выбранной коммуникационной тематики</p> <p>владеть: навыками обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной коммуникационной темы</p>
------	---	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час — 2/72.

Форма промежуточной аттестации зачет с оценкой

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		№ сем. 3	№ семестра	...
Аудиторные занятия	20	20		
в том числе: лекции	6	6		
практические	14	14		
лабораторные				
Самостоятельная работа	52	52		
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – __ час.)	0	0		
Итого:	72	72		

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Введение в курс	Сущность, цели и функции организационных коммуникаций. Специфика внешних и внутренних коммуникаций.
1.2	Модели организационных коммуникаций	Развитие моделей организационных коммуникаций от моделей коммуникативного акта к комплексной модели организационных коммуникаций. Ключевые элементы организационных коммуникаций.
1.3	Методология исследования организационных коммуникаций	Комплексные методики. Методики исследования отдельных аспектов организационных коммуникаций.
1.4	Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями	Документооборот компании; развитие средств корпоративной коммуникации.
1.5	Современные аспекты управления организационными коммуникациями	Внедрение новых информационных технологий; формирование коммуникативного климата; управление неформальными коммуникациями.
1.6	Стратегия организационных коммуникаций	Сущность, содержание и виды стратегий организационных коммуникаций.
2. Практические занятия		

2.1	Введение в курс	Сущность, цели и функции организационных коммуникаций. Специфика внешних и внутренних коммуникаций.
2.2	Модели организационных коммуникаций	Развитие моделей организационных коммуникаций от моделей коммуникативного акта к комплексной модели организационных коммуникаций. Ключевые элементы организационных коммуникаций.
2.3	Методология исследования организационных коммуникаций	Комплексные методики. Методики исследования отдельных аспектов организационных коммуникаций.
2.4	Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями	Документооборот компании; развитие средств корпоративной коммуникации.
2.5	Современные аспекты управления организационными коммуникациями	Внедрение новых информационных технологий; формирование коммуникативного климата; управление неформальными коммуникациями.
2.6	Стратегия организационных коммуникаций	Сущность, содержание и виды стратегий организационных коммуникаций.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Практическое	Самостоятельная работа	Всего
1	Введение в курс	1	2	8	11
2	Модели организационных коммуникаций	1	2	8	11
3	Методология исследования организационных коммуникаций	1	4	10	15
4	Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями	1	2	8	11
5	Современные аспекты управления организационными коммуникациями	1	2	10	13
6	Стратегия организационных коммуникаций	1	2	8	11
Итого:		6	14	52	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

для освоения дисциплины необходимо работать с материалами лекций, готовить доклады по заданной тематике, решать задачи и кейсы.

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	Горфинкель, В.Я. Коммуникации и корпоративное управление / В.Я. Горфинкель ; Торопцов В. С. ; Швандар В. А. — Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 129 с. — ISBN 5-238-00923-2 . — <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552 >.
2	Кравец М.А. Модели организационных коммуникаций : монография / М.А. Кравец ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 154 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Бландел, Ричард. Эффективные бизнес-коммуникации : Теория и практика в эпоху информации / Ричард Бландел; Пер. с англ. А.Токарев .— СПб. и др. : Питер, 2000 .— 380,[1] с. : ил., табл. — (Теория и практика менеджмента) .— ISBN 5-272-00173-7 : 65.20.
4	Интегрированные маркетинговые коммуникации .— Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 505 с. — (Magister) .— ISBN 978-5-238-02309-0 .— <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>.
5	Лэйхифф, Джеймс М. Бизнес-коммуникации : Стратегии и навыки / Дж. М. Лэйхифф, Дж. М. Пенроуз; Под общ. ред. В.А.Спивака; Пер. с англ. Е.Бугаева и др. — СПб. и др. : Питер, 2001 .— 686 с. : ил., табл. — (Теория и практика менеджмента) .— ISBN 5-272-00233-4 .— ISBN 0-13-531112-8 : 125.00.
6	Невоструев, П.Ю. Маркетинговые коммуникации / П.Ю. Невоструев .— Москва : Евразийский открытый институт, 2011 .— 199 с. — ISBN 978-5-374-00297-3 .— <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93160>.
7	Роджерс, Эверетт. Коммуникации в организациях : пер. с англ. / Э. Роджерс, Р. Агарвала-Роджерс ; под ред. Л.И. Евенко .— Москва : Экономика, 1980 .— 176 с. : схемы.
8	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков ; Бузин В. Н. — Москва : Дашков и Ко, 2012 .— 486 с. — (Учебные издания для бакалавров) .— ISBN 978-5-394-01185-6 .— <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200>.
9	Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Дашков и Ко, 2010 .— 296 с. — ISBN 978-5-394-00299-1 .— <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116006>.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Источник
10	Электронный каталог Научной библиотеки ВГУ – http://www.lib.vsu.ru

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Программа, фонд оценочных средств (включающий комплекс задач по дисциплине) на moodle.vsu

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

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Медиапроектор, ноутбук

19. Фонд оценочных средств:

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

Код и содержание компетенции (или ее части)	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)
ОК-2. Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести	знать: возможности средств организационных коммуникаций; универсальные и специфические принципы коммуникации	1 Введение в курс 4 Традиционные аспекты управления организационными	Комплект разноуровневых задач и заданий

социальную и этическую ответственность за принятые решения		коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	
	уметь: определять соответствующее ситуации средство коммуникации	1 Введение в курс 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий
	владеть: навыками результативной коммуникации	1 Введение в курс 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий
ОПК-3. Способность принимать организационно- управленческие решения	знать: взаимосвязь организационных коммуникаций с другими элементами организации; предназначение каналов организационных коммуникаций; свойства различных конфигураций коммуникационных сетей	1 Введение в курс 2 Модели организационных коммуникаций 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий
	уметь: идентифицировать проблемные области организационных коммуникаций; формировать стратегию организационных коммуникаций с учетом стратегии развития организации	1 Введение в курс 2 Модели организационных коммуникаций 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий

	владеть: навыками исследования организационных коммуникаций; методологией разработки стратегии организационных коммуникаций	1 Введение в курс 2 Модели организационных коммуникаций 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий
ПК-2. Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	знать: основные направления теоретических исследований коммуникационной науки	2 Модели организационных коммуникаций 3 Методология исследования организационных коммуникаций 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий
	уметь: обосновывать значимость выбранной коммуникационной тематики	2 Модели организационных коммуникаций 3 Методология исследования организационных коммуникаций 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий

	владеть: навыками обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной коммуникационной темы	2 Модели организационных коммуникаций 3 Методология исследования организационных коммуникаций 4 Традиционные аспекты управления организационными коммуникациями 5 Современные аспекты управления организационными коммуникациями 6 Стратегия организационных коммуникаций	Комплект разноуровневых задач и заданий
Промежуточная аттестация			КИМ

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: понятие и сущность организационных коммуникаций; каналы и средства организационных коммуникаций. Структурное измерение организационных коммуникаций. Методология исследования организационных коммуникаций;
- 2) умение выявлять особенности коммуникационных процессов в организации, обобщать данную информацию и представлять ее в форме доклада/выступления;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) владение методами проведения исследования перспективных направлений развития организационных коммуникаций;
- 5) владение навыками представлять результаты проведенного по вопросам организационных коммуникаций исследования

Для оценивания результатов обучения на зачете с оценкой используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Правильный ответ дан на 90 % тестовых вопросов.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Правильный ответ дан на 70 % тестовых вопросов.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Правильный ответ дан на 50 % тестовых вопросов	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Правильные ответы составляют менее 50 % вопросов.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

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

1. Понятие и сущность организационных коммуникаций
2. Классификация организационных коммуникаций
3. Модели организационных коммуникаций
4. Физические шумы
5. Семантические шумы
6. Средства организационных коммуникаций: свойства, ситуации применения
7. Каналы организационных коммуникаций: вертикальные, горизонтальные
8. Организация документооборота предприятия
9. Регламентация организационных коммуникаций
10. Неформальные коммуникации
11. Коммуникационная сеть: виды, способы построения, характеристики
12. Коммуникационные роли
13. Информационно-коммуникационная культура
14. Информационные технологии
15. Правила коммуникации
16. Коммуникативная стратегия
17. Стратегия развития коммуникаций
18. Проблемы интеграции коммуникаций

Для оценивания результатов обучения на зачете с оценкой используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он продемонстрировал знание понятийного аппарата, всестороннее, систематическое и достаточно глубокое знание учебно-программного материала, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области организационных коммуникаций;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он обнаруживает знание учебно-программного материала, но недостаточно продемонстрировано владение понятийным аппаратом, обнаруживаются пробелы при ответе на дополнительные вопросы, допускает ошибки при решении практических задач;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он дает неполные ответы на дополнительные вопросы, демонстрирует частичные знания понятийного аппарата, не умеет анализировать практические ситуации или имеет не полное представление об организационных коммуникациях, допускает существенные ошибки при ответе.
- оценка «неудовлетворительно» если он демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не способен проводить анализ ситуации в организационных коммуникациях.

19.3.2 Перечень практических заданий

1. Студенческая группа разбивается на несколько подгрупп. Каждая подгруппа формирует примеры реализации функций организационных коммуникаций (контролирующая, координационная, самопрезентационная, идентификационная, сбытовая, интегративная, адаптационная, инновационная, мотивационная, информационная). Происходит обсуждение примеров с указанием проблем реализации функций, выделением ответственных служб.

2. Студенческая группа разбивается на несколько подгрупп. Каждая подгруппа формирует примеры организационных коммуникаций, располагая их по соответствующим классификациям (принадлежность субъектов коммуникации к организации, принадлежность к виду активностей предприятия, место в системе управления, целевая аудитория, направление, время и частота коммуникации, признак средств общения, источник регулирования).

3. Вы достаточно долго и успешно работаете на вверенной вам должности. Однако руководитель не повышает вам заработной платы, хотя когда-то обещал ее увеличить в случае хороших результатов. Вы собираетесь с ним об этом поговорить. Используя модель Ньюкомба, ответьте на следующий вопрос: какой информации, для окончательного принятия решения, вам не хватает, и откуда вы ее можете получить?

Опишите отношение к вам со стороны руководства (различные гипотетические варианты), а также укажите возможные источники получения информации об отношении к вам со стороны руководства.

Варианты отношения

Источники информации

Опишите отношение к оплате труда со стороны руководителя (гипотетические варианты), а также укажите возможные источники получения информации об отношении к оплате труда со стороны руководителя.

Варианты отношения

Источники информации

После заполнения всех необходимых полей давайте ответим на вопрос, в каком случае можно пойти к руководству по данному вопросу, а в каком этого делать не стоит. Как и какие из установок руководителя необходимо менять, если вы все же захотите получить больше?

4. Разговор молодого технолога и рабочего.

Технолог: Какую консистенцию талька, глицерина и изобутана вы поддерживаете в экструдере?

Рабочий: Ну, ...э-э-э. В чем-чем?

Технолог: Вы соблюдаете пункт 2 ГОСТ Р 13558 от 2005 года?

Рабочий: Чего???

Чтобы вы сделали на месте молодого технолога. Кто в большей степени ответственен за успех коммуникации – отправитель или получатель?

5. Приведите примеры физических шумов во внутриорганизационных коммуникациях.

6. Приведите примеры семантических шумов во внутриорганизационных коммуникациях.

7. Вы хотите продвинуть свой проект постройки серии однотипных коттеджей. Через неделю инвестор и риэлтерская компания соберутся для просмотра проектов. Вы знаете, что ваши конкуренты подготовили выступления, которое снабжены красочными печатными материалами и поддерживаются слайдовыми презентациями. Какие из каналов восприятия задействовали ваши конкуренты, а какие не задействовали? Можно ли задействовать остальные каналы восприятия?

8. Определите коммуникационную структуру вашей группы.

Подготовьте большую таблицу наподобие таблицы 1, подставляя вместо безымянных индивидов фамилии членов вашей группы. Пусть каждый член группы заполнит соответствующую его фамилии строку таблицы, в строке необходимо указать оценку связи с другими индивидами: 0 баллов, если общаетесь крайне редко; 1 — время от времени; 2 — регулярно; 3 — часто.

Табл. Матрица «Кто – Кому».

	Индивид А	Индивид Б	Индивид В	Индивид Г
Индивид А	* * *			
Индивид Б		* * *		
Индивид В			* * *	
Индивид Г				* * *

Затем необходимо получить суммарную обоюдную оценку каждой связи. Так, для определения связи между индивидом А и Б складываются оценки отношения А к Б с оценкой отношения Б к А. В случае, если суммарная обоюдная оценка больше четырех, связь признается значимой и в соответствующей ячейке выставляем какой-нибудь знак, например, восклицательный. Двигаясь вниз по строкам таблицы, получим полную картину взаимодействия индивидов.

Далее нарисуем взаимосвязи на графике. Чтобы это было легче сделать, рисовать следует начинать с тех индивидов, у которых наибольшее число связей (обычно они являются лидерами мнений и образуют подгруппу). Определите подгруппы в группе, посмотрите, нет ли изолированных подгрупп или индивидов, определите «связных».

9. Вам, как секретарю, необходимо оповестить всех руководителей филиалов о собрании, которое должно состояться в головном офисе через неделю, и на котором руководители филиалов должны присутствовать. Какое из коммуникационных средств вы предпочтете? Почему?

- а) общение лицом к лицу;
- б) телефон;
- в) электронная почта;
- г) корпоративный сайт;
- д) корпоративный ежеквартальный журнал;
- е) бумажный документ.

10. Будете ли вы дублировать сообщение, воспользовавшись другим средством коммуникации? Положительный или отрицательный ответ необходимо обосновать.

Вы являетесь инициатором инновационного проекта, для вас крайне важно получить одобрение руководства? Какое средство коммуникации с руководством вы выберете? Почему?

- а) общение лицом к лицу;
- б) телефон;
- в) электронная почта;
- г) бумажный документ.

11. Предположим, что вы руководитель предприятия и хотите поблагодарить коллектив одного из цехов за выдающиеся заслуги. Какое из средств коммуникации выберете? Почему?

- а) общение лицом к лицу;
- б) телефон;
- в) электронная почта;
- г) корпоративный сайт;
- д) корпоративный ежеквартальный журнал;
- е) бумажный документ.

Будете ли вы дублировать сообщение, воспользовавшись другим средством коммуникации? Положительный или отрицательный ответ необходимо обосновать.

12. В организации «Бюрократическая» существуют серьезные проблемы с внедрением инноваций, при этом рядовые сотрудники все-таки подают рационализаторские предложения. Информация от сотрудников различных отделов поступает вначале к руководителям подразделений, в которых непосредственно работают сотрудники. После одобрения руководителем отдела рационализаторское предложение поступает на рассмотрение руководителя службы развития и инноваций, который еженедельно собирает коллегиальное совещание сотрудников своего подразделения по предложениям. После одобрения, полученного на данном совещании, оно выносится на ежемесячный общий совет по стратегическому развитию и инновациям, где и получает окончательное одобрение или отклоняется. На всех этапах для «ускорения процесса» отсутствует обратная связь, т.е. не сообщается, почему были отклонены те или иные предложения.

Как бы вы изменили данный канал коммуникации, чтобы инноваций стало больше?

13. Как вы думаете, чем будет принципиально отличаться сайт компании с централизованным и децентрализованным документооборотом?

14. В организации «Тихая» среди сотрудников упорно ходят слухи о возможных массовых увольнениях. При этом почти все сотрудники начали подыскивать себе потенциальное место работы. Руководитель Незнамов узнав об этом, приказал своему заместителю выявить и уволить всех распространителей слухов. Как бы вы поступили на месте Незнамова?

15. Компания «Соки-Воды» столкнулась с тем, что один из постоянных оптовых клиентов отказался продлить с ними контракт. Выяснилось, что это было обусловлено слухами о воде, которую компания «Соки-Воды» использовала при производстве своих соков. Слухи распространились лишь среди крупных оптовых покупателей, но совершенно не распространились в среде конечного покупателя. Руководитель компании Прямолинейнов выступил с официальным опровержением слухов по областному телевизионному каналу. Чтобы вы сделали на месте руководителя компании «Соки-Воды»?

16. Вам на группу задали контрольную работу, задания которой достаточно обособлены по функциям управления: планирование, мотивация, принятие решения, контроль и т.д. Задания не очень сложные. Какой вариант построения группы вы выберете («штурвал», «круг», «сильно связанный граф», «цепь»)? Ответ необходимо обосновать с учетом следующих показателей: время, затраченное на выполнение работы; число возможных ошибок; удовлетворенность работой.

17. Производителю новых медицинских препаратов необходимо проинформировать о них потребителей. Целевая аудитория – мужчины и женщины от 50 лет. Необходимо спланировать рекламную кампанию на год. Бюджет ограничен 3 000 000 рублей. Составьте комбинацию из каналов коммуникации:

- 1) Еженедельная, с обратной связью рассылка по электронной почте по всей стране — 40 000 р. в месяц.
- 2) Информационный блок (1/3 от программы – 10 минут) на общероссийском канале в программе «Будьте здоровы» – 800 000 р.
- 3) Реклама на общероссийском канале – 200 000 р. за одну минуту.
- 4) Буклеты и специализированная рассылка – 15 р. за буклет.
- 5) Ежемесячный общероссийский журнал о здоровье «Айболит» – 150 000 р. за страницу в месяц.
- 6) Еженедельная общероссийская газета о здоровье «Не чихай» – 50 000 р. за страницу в неделю.
- 7) Промоакция – 150 000 р. за одну неделю в городах с населением свыше одного миллиона, 50 000 р. за одну неделю в небольших, менее одного миллиона жителей, городах.

Укажите последовательность использования выбранных каналов.

18. Вы хотите производить новый вид изоляционного материала, вы знаете, для чего он нужен сейчас, для изоляции в строительстве. Но ваши мощности значительно превосходят потребность этого сегмента. Из каких каналов коммуникации вы можете узнать о возможных потребителях, их специфических требованиях к материалу?

19. Группа студентов разбивается на две подгруппы. Для одной из них дается следующее задание: составить убеждающее послание для руководителя, в котором необходимо убедить его в необходимости существенных изменений в работе отдела маркетинга, требующих существенных изменений и некоторых инвестиций. Для другой группы ставится задание написать руководителю послание, в котором вы сигнализируете о необходимости перемен. Однако поскольку вам же их и внедрять, а сами вы не хотите этих перемен, то письмо пишите так, чтобы никаких перемен не произошло, а формально вы как бы предупредили руководство. Т.е. необходимо написать послание, нарушающее принципы эффективного убеждающего письма, сделав его блеклым, неубедительным, неясным и т.д. Далее убеждающее и «неубеждающее» послания сравниваются.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывает полное знание теоретического материала;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он активно участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, аргументирует свою точку зрения, показывая частичное знание теоретического материала;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, пытается аргументировать свою точку зрения, имеет начальные знания по предмету;

- оценка «неудовлетворительно» если он не участвует в обсуждении предлагаемых вариантов решения проблемных ситуаций, не пытается аргументировать свою точку зрения

19.3.4 Тестовые задания

Вариант №1

1. В какой из моделей коммуникации впервые рассматривался физический шум?

- а) социального обмена;
- б) Шеннона-Уивера;
- в) Осгуда и Шрама.

2. Столы сотрудников в офисе стоят слишком близко друг от друга, вследствие чего сотрудники мешают друг другу, общаясь с клиентами. К какому типу шумов это относится?

- а) физический шум;
- б) семантический шум.

3. Вам необходимо оповестить всех руководителей филиалов о собрании, которое должно состояться в головном офисе через неделю. Какое из средств коммуникации необходимо выбрать?

- а) телефон;
- б) корпоративный ежеквартальный журнал;
- в) общение лицом к лицу.

4. Вы являетесь инициатором инновационного проекта, для вас крайне важно получить одобрение руководства. Какое из средств коммуникации необходимо выбрать?

- а) телефон;
- б) электронная почта;
- в) общение лицом к лицу.

5. Вы руководитель предприятия и хотите поблагодарить коллектив одного из цехов за выдающиеся заслуги. Какое из средств коммуникации необходимо выбрать?

- а) телефон;
- б) электронная почта;
- в) общение лицом к лицу.

6. В каком типе сетей почти всегда определяется лидер?

- а) круг;

- б) штурвал;
- в) цепь.

7. В каком типе сетей возникает большая удовлетворенность индивидов?

- а) круг;
- б) штурвал;
- в) цепь.

8. В каком типе сетей задания выполняются быстрее?

- а) круг;
- б) штурвал;
- в) цепь.

9. Какая из характеристик не рассчитывается для ненаправленных графов?

- а) плотность;
- б) кратчайший путь;
- в) взаимность связей.

10. Какую коммуникационную роль играет сотрудник, имеющий наивысшую плотность связей в группе?

- а) связной;
- б) сторож;
- в) лидер мнения.

11. Какие виды коммуникации относятся к взаимодействию с потребителем?

- а) привлечение внимания к продукции через эффективную рекламу;
- б) информирование акционеров о деятельности;
- в) коммуникации в сервисном обслуживании;
- г) стимулирование сбыта;
- д) своевременное получение информации об изменениях в законодательстве.

12. Продолжительные мероприятия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью, – это:

- а) реклама;
- б) PR;
- в) персональная продажа;
- г) стимулирование сбыта.

13. Временно действующие стимулы денежного или иного характера, которые поднимают воспринимаемую значимость товара или услуги, - это:

- а) реклама;
- б) PR;
- в) персональная продажа;
- г) стимулирование сбыта.

14. Для какого коммуникативного стиля характерна фраза: «Это вы сделали неправильно»?

- а) обвинительный стиль;
- б) директивный стиль;
- в) стиль убеждения;
- г) стиль разрешения проблемы.

15. Для какого коммуникативного стиля характерна фраза: «Уважаемые коллеги, я хотел бы услышать ваше мнение по поводу...»?

- а) обвинительный стиль;
- б) директивный стиль;
- в) стиль убеждения;
- г) стиль разрешения проблемы.

Вариант №2

1. К какому типу шумов относятся искажения, возникающие из-за ограниченного объема запоминания «приемника», который в зависимости от субъективной ценности информации сохраняет в его памяти некий образ, связанный с информацией.

- а) физический шум;

б) семантический шум.

2. К какому из подходов в рассмотрении коммуникации относится следующее определение: “Коммуникация – это обмен информацией между сложными динамическими системами или их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать и т.д.”

- а) механистический подход;
- б) деятельностный подход.

3. Выберите свойства средства коммуникации, которые являются значимыми с точки зрения теории “богатства” средства.

- а) возможность немедленной обратной связи;
- б) возможность быстрее распространения информации большому числу людей;
- в) возможность получения информации сотрудником по приходу на рабочее место;
- г) возможность периодического обобщения информации;
- д) использование естественного языка;
- е) наличие юридической силы информации;
- ж) персональность;
- з) способность средства воспроизвести многообразие сигнала;
- и) экономичность канала.

4. Какое из средств коммуникации считается более “богатым”?

- а) телефон;
- б) документ.

5. Сайт компании содержит подробное описание должностей, с указанием адресов электронной почты и вопросов, по которым могут обращаться заинтересованные лица. Что это за тип электронного документооборота?

- а) централизованный;
- б) децентрализованный.

6. К какому типу коммуникаций относится общение в рамках заседания совета директоров?

- а) формальные коммуникации;
- б) неформальные коммуникации.

7. К какому типу коммуникаций относится общение сотрудников на дне рождения одного из сотрудников?

- а) формальные коммуникации;
- б) неформальные коммуникации.

8. Специально организованные личные контакты продавца и покупателя в связи со сбытом товаров и услуг – это:

- а) реклама;
- б) PR;
- в) персональная продажа;
- г) стимулирование сбыта.

9. Вы должны провести рекламную кампанию лекарств для пожилых людей, какое из средств коммуникации будет наиболее результативным?

- а) федеральный телевизионный канал;
- б) интернет рассылка;
- в) буклеты и специализированная рассылка.

10. К реализации какого принципа относятся следующие рекомендации: обращайтесь к интеллекту читателя; обращайтесь к личности, а не к категории; избегайте дискриминации по половому признаку?

- а) тактичность;
- б) персональность;
- в) позитивность;
- г) активность;
- д) краткость.

11. К реализации какого принципа относится следующая рекомендация: избегайте многословных выражений, избитых фраз, ненужных повторений?

- а) тактичность;
- б) персональность;

- в) позитивность;
- г) активность;
- д) краткость.

12. Какой из этапов является первичным в убеждении согласно модели AIDA?

- А) побуждение получателя предпринять определенное действие;
- Б) привлечение внимания получателя сообщения;
- В) пробуждение желания в получателе сообщения;
- Г) стимулирование желания в получателе сообщения.

13. Для какого коммуникативного стиля характерна фраза: «Делайте это так»?

- а) обвинительный стиль;
- б) директивный стиль;
- в) стиль убеждения;
- г) стиль разрешения проблемы.

14. Что из нижеприведенного характерно для обвинительного стиля?

- а) разговариваете о проблеме;
- б) делаете выводы до начала обсуждения;
- в) говорите большую часть времени;
- г) задаете вопросы, которые побуждают других описывать происходящее.

15. Для какого стиля мышления характерны следующие выражения: я вижу, что вы имеете в виду; на мой взгляд, неплохо; покажите мне, чем отличается и т.д.?

- а) аудиал;
- б) визуал;
- в) кинестетик.

Вариант 3

1. К какому типу шумов относятся искажения, возникающие из-за ограниченного объема запоминания «приемника», который в зависимости от субъективной ценности информации сохраняет в его памяти некий образ, связанный с информацией.

- а) физический шум;
- б) семантический шум.

2. К какому из подходов в рассмотрении коммуникации относится следующее определение: «Коммуникация – это обмен информацией между сложными динамическими системами или их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать и т.д.»

- а) механистический подход;
- б) деятельностный подход.

3. Вы руководитель предприятия и хотите поблагодарить коллектив одного из цехов за выдающиеся заслуги. Какое из средств коммуникации необходимо выбрать?

- а) телефон;
- б) электронная почта;
- в) общение лицом к лицу.

4. Выберите свойства средства коммуникации, которые являются значимыми с точки зрения теории «богатства» средства.

- а) возможность немедленной обратной связи;
- б) возможность быстрого распространения информации большому числу людей;
- в) возможность получения информации сотрудником по приходу на рабочее место;
- г) возможность периодического обобщения информации;
- д) использование естественного языка;
- е) наличие юридической силы информации;
- ж) персональность;
- з) способность средства воспроизвести многообразие сигнала;
- и) экономичность канала.

5. Какое из средств коммуникации считается более «богатым»?

- а) телефон;
- б) документ.

6. К какому типу канала относятся инструкции по выполнению работ?
а) восходящий;
б) нисходящий;
в) горизонтальный.
7. К какому типу коммуникаций относится общение в рамках заседания совета директоров?
а) формальные коммуникации;
б) неформальные коммуникации.
8. К какому типу коммуникаций относится общение сотрудников на дне рождения одного из сотрудников?
а) формальные коммуникации;
б) неформальные коммуникации.
9. В каком типе сетей почти всегда определяется лидер?
а) круг;
б) штурвал;
в) цепь.
10. В каком типе сетей возникает большая удовлетворенность индивидов?
а) круг;
б) штурвал;
в) цепь.
11. В каком из подходов одним из самых скрупулезно разработанных разделов стратегии является раздел "ключевые сообщения"?
а) PR-подход;
б) подход из общего менеджмента.
12. В рамках какого подхода предполагается также описание ключевых, долгосрочных форм коллективной коммуникации, в которые входят члены совета директоров, генеральный директор, заместители генерального директора, ведущие специалисты?
а) PR-подход;
б) подход из общего менеджмента.
13. Вы должны провести рекламную кампанию лекарств для пожилых людей, какое из средств коммуникации будет наиболее результативным?
а) федеральный телевизионный канал;
б) интернет рассылка;
в) буклеты и специализированная рассылка.
14. К реализации какого принципа относятся следующие рекомендации: обращайтесь к интеллекту читателя; обращайтесь к личности, а не к категории; избегайте дискриминации по половому признаку?
а) тактичность;
б) персональность;
в) позитивность;
г) активность;
д) краткость.
15. Для какого коммуникативного стиля характерна фраза: «Уважаемые коллеги, я хотел бы услышать ваше мнение по поводу...»?
а) обвинительный стиль;
б) директивный стиль;
в) стиль убеждения;
г) стиль разрешения проблемы.

Вариант 4

1. Для какого коммуникативного стиля характерна фраза: «Это вы сделали неправильно»?
а) обвинительный стиль;
б) директивный стиль;
в) стиль убеждения;

г) стиль разрешения проблемы.

2. Что из нижеприведенного характерно для обвинительного стиля?

- а) разговариваете о проблеме;
- б) делаете выводы до начала обсуждения;
- в) говорите большую часть времени;
- г) задаете вопросы, которые побуждают других описывать происходящее.

3. К какому типу коммуникаций относится общение в рамках заседания совета директоров?

- а) формальные коммуникации;
- б) неформальные коммуникации.

4. К какому типу коммуникаций относится общение сотрудников на дне рождения одного из сотрудников?

- а) формальные коммуникации;
- б) неформальные коммуникации.

5. В каком типе сетей почти всегда определяется лидер?

- а) круг;
- б) штурвал;
- в) цепь.

6. В каком типе сетей возникает большая удовлетворенность индивидов?

- а) круг;
- б) штурвал;
- в) цепь.

7. В каком типе сетей задания выполняются быстрее?

- а) круг;
- б) штурвал;
- в) цепь.

8. Какая из характеристик не рассчитывается для ненаправленных графов?

- а) плотность;
- б) кратчайший путь;
- в) взаимность связей.

9. Какую коммуникационную роль играет сотрудник, имеющий наивысшую плотность связей в группе?

- а) связной;
- б) сторож;
- в) лидер мнения.

10. Вам необходимо оповестить всех руководителей филиалов о собрании, которое должно состояться в головном офисе через неделю. Какое из средств коммуникации необходимо выбрать?

- а) телефон;
- б) корпоративный ежеквартальный журнал;
- в) общение лицом к лицу.

11. Вы являетесь инициатором инновационного проекта, для вас крайне важно получить одобрение руководства. Какое из средств коммуникации необходимо выбрать?

- а) телефон;
- б) электронная почта;
- в) общение лицом к лицу.

12. К какому из подходов в рассмотрении коммуникации относится следующее определение:

“Коммуникация – это обмен информацией между сложными динамическими системами или их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать и т.д.”

- а) механистический подход;
- б) деятельностный подход.

13. К какому из подходов в рассмотрении коммуникации относится следующее определение: “Коммуникация – это, прежде всего, способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление поведения людей”

- а) механистический подход;

б) деятельностный подход.

14. Каковы ключевые факторы внешней среды, влияющие на организационные коммуникации:

- а) новые производственные технологии;
- б) законодательство регулирующее информационный обмен;
- в) национальные особенности коммуникативного поведения;
- г) информационные технологии;
- д) структура организации.

15. В какой из моделей коммуникации впервые рассматривался физический шум?

- а) социального обмена;
- б) Шеннона-Уивера;
- в) Осгуда и Шрама.

Вариант 5

1. К какому типу шумов относятся искажения, возникающие из-за ограниченного объема запоминания «приемника», который в зависимости от субъективной ценности информации сохраняет в его памяти некий образ, связанный с информацией.

- а) физический шум;
- б) семантический шум.

2. К какому из подходов в рассмотрении коммуникации относится следующее определение: “Коммуникация – это обмен информацией между сложными динамическими системами или их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать и т.д.”

- а) механистический подход;
- б) деятельностный подход.

3. Вы являетесь инициатором инновационного проекта, для вас крайне важно получить одобрение руководства. Какое из средств коммуникации необходимо выбрать?

- а) телефон;
- б) электронная почта;
- в) общение лицом к лицу.

4. Какое из средств коммуникации считается более “богатым”?

- а) телефон;
- б) документ.

5. Сайт компании содержит подробное описание должностей, с указанием адресов электронной почты и вопросов, по которым могут обращаться заинтересованные лица. Что это за тип электронного документооборота?

- а) централизованный;
- б) децентрализованный.

6. К какому типу коммуникаций относится общение сотрудников на дне рождения одного из сотрудников?

- а) формальные коммуникации;
- б) неформальные коммуникации.

7. В каком типе сетей почти всегда определяется лидер?

- а) круг;
- б) штурвал;
- в) цепь.

8. Временно действующие стимулы денежного или иного характера, которые поднимают воспринимаемую значимость товара или услуги, - это:

- а) реклама;
- б) PR;
- в) персональная продажа;
- г) стимулирование сбыта.

9. Вы должны провести рекламную кампанию лекарств для пожилых людей, какое из средств коммуникации будет наиболее результативным?

- а) федеральный телевизионный канал;

- б) интернет рассылка;
- в) буклеты и специализированная рассылка.

10. К реализации какого принципа относятся следующие рекомендации: обращайтесь к интеллекту читателя; обращайтесь к личности, а не к категории; избегайте дискриминации по половому признаку?

- а) тактичность;
- б) персональность;
- в) позитивность;
- г) активность;
- д) краткость.

11. В рамках какого подхода предполагается также описание ключевых, долгосрочных форм коллективной коммуникации, в которые входят члены совета директоров, генеральный директор, заместители генерального директора, ведущие специалисты?

- а) PR-подход;
- б) подход из общего менеджмента.

12. К реализации какого принципа относится следующая рекомендация: избегайте многословных выражений, избитых фраз, ненужных повторений?

- а) тактичность;
- б) персональность;
- в) позитивность;
- г) активность;
- д) краткость.

13. Какой из этапов является первичным в убеждении согласно модели AIDA?

- а) побуждение получателя предпринять определенное действие;
- б) привлечение внимания получателя сообщения;
- в) пробуждение желания в получателе сообщения;
- г) стимулирование желания в получателе сообщения.

14. Для какого коммуникативного стиля характерна фраза: «Это вы сделали неправильно»?

- а) обвинительный стиль;
- б) директивный стиль;
- в) стиль убеждения;
- г) стиль разрешения проблемы.

15. Для какого коммуникативного стиля характерна фраза: «Уважаемые коллеги, я хотел бы услышать ваше мнение по поводу...»?

- а) обвинительный стиль;
- б) директивный стиль;
- в) стиль убеждения;
- г) стиль разрешения проблемы.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает правильно на 90 процентов ответов;
- оценка «хорошо», если он отвечает правильно на 70 процентов ответов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если он отвечает правильно на 50 процентов ответов;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если он отвечает правильно менее чем на 50 процентов ответов.

19.3.4 Перечень заданий для контрольных работ

19.3.5 Темы курсовых работ

19.3.6 Темы рефератов

1. Роль, значение и функции внутриорганизационных коммуникаций
2. Модели коммуникаций
3. Физические шумы: виды, способы борьбы
4. Семантические шумы: виды, способы борьбы
5. Каналы и средства организационных коммуникаций

6. Коммуникационные барьеры
7. Модели, принципы и приемы убеждающей коммуникации
8. Документооборот компании
9. Неформальные коммуникации
10. Коммуникационная сеть
11. Подходы и методы исследования организационных коммуникаций
12. Информационно-коммуникационная культура
13. Виды, возможности информационных систем
14. Регламентация организационных коммуникаций
15. Коммуникативная стратегия
16. Интегрированные маркетинговые коммуникации

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если представленный материал кратко, емко, четко определяет проблему, представлена авторская позиция на исследуемый вопрос;
- оценка «хорошо», если представленный материал отличается неточностью или не вполне широко представлена авторская позиция;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если при подготовке материала использован один источник, нет авторской позиции, не в полном объеме рассмотрен вопрос;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если материал подготовлен не по теме, или не подготовлен.

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 аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах: устного опроса (индивидуальный опрос, доклады); индивидуального и группового решения задач, заданий и кейсов. Критерии оценивания приведены выше.

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

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя варианты тестовых заданий, позволяющие оценить уровень полученных знаний, степень сформированности умений и навыков. Критерии оценивания приведены выше.