



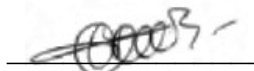
**Частное учреждение высшего образования  
«Институт государственного администрирования»**

---

**Факультет Экономики и управления  
Кафедра Государственного администрирования**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 П.Н. Рузанов

«26» августа 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

**Направление подготовки:**

**38.03.02 «Менеджмент»**

**Профиль: «Менеджмент организации»**

**Квалификация: бакалавр**

**Форма обучения: очная, заочная**

**Москва 2021**

Направление подготовки	<b>38.03.02 «Менеджмент»</b>
	(код и наименование направления подготовки)
Направленность (профиль) подготовки	<b>«Менеджмент организации»</b>
	(наименование профиля подготовки)
Квалификация выпускника	<b>бакалавр</b>
Форма обучения	<b>Очная/заочная</b>

Рабочая программа по дисциплине **«Коммуникационный менеджмент»** составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра для обучающихся по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент»**

**СОСТАВИТЕЛЬ :**

Кандидат экономических наук

Нестеров Д.В.

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)
9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса

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

## 1.1. Цели и задачи дисциплины.

Целями изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является формирование прочных теоретических знаний о сущности и структуре делового общения, о факторах и условиях его эффективности, умениями творчески использовать полученные знания в профессиональной деятельности, а также формировании основ ведения деловых переговоров, бесед, дискуссий и других форм деловой коммуникации, а также применение полученных знаний на практике; освоение общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в профессиональной деятельности по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

### Задачи курса:

- уяснение основных функций делового общения, его видов и стилей;
- овладение навыками эффективного делового общения для успешной деятельности специалиста в области управления;
- научиться оценивать психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<i>Коды компетенции</i>	<i>Содержание компетенций</i>	<i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</i>
<b>ОК-5</b>	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<b>Знать:</b> особенности работы в коллективе, социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. <b>Уметь:</b> толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. <b>Владеть:</b> способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
<b>ОК-6</b>	способностью к самоорганизации	<b>Знать:</b> принципы системы организации

	и самообразованию	труда, элементы организации труда <b>Уметь:</b> определять ключевые проблемы в сфере труда на предприятии и в обществе <b>Владеть:</b> высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности в трудовой сфере
<b>ОПК-1</b>	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> принципы экономического мышления, нормативно-правовые документы; <b>Уметь:</b> анализировать факты, характеризующие экономические процессы, обобщать результаты анализа и синтезировать их в экономических моделях; <b>Владеть:</b> культурой экономического мышления, методами анализа и синтеза информации в области экономики предприятия опираясь на нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности.
<b>ОПК-2</b>	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<b>Знать:</b> методы сбора, анализа и обработки данных, необходимых для поиска эффективных организационно-управленческих решений. <b>Уметь:</b> использовать эти методы на практике. <b>Владеть:</b> навыками анализа условий и последствий организационно-управленческих решений, способностью к критичному восприятию, обобщению и анализу информации
<b>ОПК-3</b>	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	<b>Знать:</b> управление стратегическим развитием организации, методы анализа стратегии развития организации. <b>Уметь:</b> использовать инструменты анализа внешней и внутренней среды предприятия, анализировать социологию управления, использовать организационные методы снижения неопределенности и риска, рассчитывать эффективность принимаемых стратегических решений. <b>Владеть:</b> готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые стратегические решения
<b>ОПК-4</b>	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать	<b>Знать:</b> теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации, функции и принципы общения, специфику деловой коммуникации в правовых и этических

	электронные коммуникации	аспектах деятельности. <b>Уметь:</b> логически верно, ясно строить устную и письменную речь <b>Владеть:</b> приемами делового общения, методиками налаживания или изменения внутренних и внешних деловых коммуникаций в организации
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	<b>Знать:</b> основные методы теорий мотивации, лидерства и власти, необходимые для решения стратегических и оперативных управленческих задач. <b>Уметь:</b> применять методы теорий мотивации, лидерства и власти на основе обработанных данных, осуществлять диагностику организационной культуры. <b>Владеть:</b> методами обработки экономических данных, решения стратегических и оперативных управленческих задач.
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	<b>Знать:</b> инструментальные средства для проведения количественного и качественного анализа информации; <b>Уметь:</b> применять количественные и качественные методы анализа результаты расчетов, обосновывать полученные выводы. <b>Владеть:</b> навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, навыками практического применения инструментальных финансовых и организационно-управленческих моделей в соответствии с поставленной задачей.
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);	<b>Знать:</b> теоретические основы деловой коммуникации, функции и принципы общения, специфику деловой коммуникации. <b>Уметь:</b> логически верно, ясно строить устную и письменную речь <b>Владеть:</b> приемами делового общения, методиками налаживания или изменения внутренних и внешних деловых коммуникаций в организации

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** сущность и структуру делового общения, факторы и условия его эффективности.

**Уметь:** творчески использовать полученные знания в профессиональной деятельности менеджера.

**Владеть:** навыками ведения деловых переговоров, бесед, дискуссий и других форм деловой коммуникации.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:**

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» включена в дисциплины по выбору ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (квалификация «бакалавр»). Изучение дисциплины «Коммуникационный менеджмент» базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения таких дисциплин, как «Психология», «Организационное поведение» и др.

Основные требования к выходным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимые для изучения дисциплины «Коммуникативный менеджмент» заключаются в уяснении основных функций делового общения, его видов и стилей, овладение навыками эффективного делового общения для успешной деятельности специалиста в области управления, а также научиться оценивать психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров.

## **3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость 108 часов, 3 зачетных единицы

### 3.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	48	А
В том числе:		
Лекции	28	28
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Семинары (С)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	60	60
В том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Реферат	-	-
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	56	56
Текущий контроль	ТК-1, ТК-2	ТК-1, ТК-2
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет
Общая трудоемкость 108 час., 3 зач. ед.	108	108

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	10	А
В том числе:		
Лекции	6	6
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Семинары (С)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	94	94
В том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Реферат	-	-
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	94	94
Текущий контроль	ТК-1, ТК-2	ТК-1, ТК-2
Вид промежуточной аттестации	Зачет 4	Зачет 4
Общая трудоемкость 108 час., 3 зач. ед.	108	108

#### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1. Разделы (модули) и темы дисциплин и виды занятий

Очная форма обучения



№ п/п	Наименование тем и разделов	Всего (часов)	Аудиторные занятия (в час.)		СРС	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лекции	Пр. зан.		
1	2	3	4	5	6	7
<b>Модуль 1. Коммуникативная компетентность специалиста</b>						
1	Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности	10	2	2	6	ТК-1 (опрос, тест)
2	Характеристики делового общения	10	2	2	6	ТК-1 (опрос, тест)
<b>Модуль 2. Формы деловой коммуникации</b>						
3	Деловой разговор, деловые совещания и деловые переговоры	12	4	2	6	ТК-1 (опрос, тест)
4	Публичная речь, пресс-конференция, презентация и самопрезентация	12	4	2	6	ТК-1 (опрос, тест)
5	Культура ведения полемики	12	4	2	6	ТК-1 (опрос, тест)
6	Конфликты в организации и способы их разрешения	12	4	2	6	ТК-1 (опрос, тест)
<b>Модуль 3. Методы стимулирования критического и творческого мышления специалистов в деловой сфере</b>						
7	Обучающие игры и методы генерирования идей	18	4	4	10	ТК-2 (опрос, тест)
8	Критика и комплименты в деловой коммуникации	18	4	4	10	ТК-2 (опрос, тест)
	<b>Зачет</b>	<b>4</b>			<b>4</b>	
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	

### Заочная форма обучения

№	Наименование тем и разделов	Всего	Аудиторные занятия	СРС	Формы теку-
---	-----------------------------	-------	--------------------	-----	-------------

п/п		(часов)	тия (в час.)			щего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лекции	Пр. зан.		
1	2	3	4	5	6	7
<b>Модуль 1. Коммуникативная компетентность специалиста</b>						
1	Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности	19	2	2	15	ТК-1 (опрос, тест)
2	Характеристики делового общения	15			15	ТК-1 (опрос, тест)
<b>Модуль 2. Формы деловой коммуникации</b>						
3	Деловой разговор, деловые совещания и деловые переговоры	19	2	2	15	
4	Публичная речь, пресс-конференция, презентация и самопрезентация					
5	Культура ведения полемики	15			15	
6	Конфликты в организации и способы их разрешения					
<b>Модуль 3. Методы стимулирования критического и творческого мышления специалистов в деловой сфере</b>						
7	Обучающие игры и методы генерирования идей	19	2		17	ТК-2 (опрос, тест)
8	Критика и комплименты в деловой коммуникации	17			17	ТК-2 (опрос, тест)
	<b>Зачет</b>	<b>4</b>			<b>4</b>	
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>98</b>	

## 4.2. Содержание разделов и тем дисциплины

### Модуль 1. Коммуникативная компетентность специалиста

#### **Тема 1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности**

Учебная дисциплина «Коммуникационный менеджмент» и ее роль в подготовке бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Понятие «общение» и «деловое общение».

Коммуникация, интеракция и перцепция в организации. Простая схема структуры коммуникации. Схема структуры целевой коммуникации.

Инструментальная и личная направленность делового общения. Многофункциональный характер делового общения.

Деловое взаимодействие. Коммуникативные формы делового взаимодействия. Коммуникативный процесс.

Виды делового общения: познавательное, убеждающее, экспрессивное, суггестивное, ритуальное (цели, условия организации коммуникации, коммуникативные формы, коммуникативные средства и технологии, ожидаемый результат).

Функции, содержание и стороны делового общения в организации. Манера общения и стиль деловых партнеров.

Понятие «коммуникативная компетентность делового человека».

## **Тема 2. Характеристики делового общения**

Вербальные средства коммуникации. Речевые средства общения. Стили речи. Официально-деловой стиль (деловое письмо: структура текста и речевые конструкции; речевые шаблоны для делового взаимодействия). Научный стиль, публицистический стиль речи.

Коммуникативные барьеры в организации: логический, стилистический, семантический, фонетический. Правила Г.Бройнинга для успешной вербальной коммуникации.

Вопросы в деловой коммуникации. Виды вопросов для деловых переговоров. Некорректные вопросы (уловки ухода от ответа). Прием Бумеранга.

Невербальные средства в деловой коммуникации. Кинесика и что она изучает. Средства невербальной коммуникации (дистанция между общающимися, телесный контакт, мимика, жесты, взгляд и т.п.). Поза и жестикуляция в деловом разговоре. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Если Ваш деловой партнер – иностранец.

## **Модуль 2. Формы деловой коммуникации**

**Тема 3. Деловой разговор, деловые совещания и деловые переговоры**

Сущность и понятие «деловой разговор». Деловая беседа: десять факторов успеха. Деловая беседа по телефону: правила и особенности поведе-

ния. Индивидуальная беседа с подчиненным. Значение и классификация бесед с подчиненными.

Типы деловых совещаний. Правила поведения на совещании.

Два подхода к деловым переговорам (партнерский и конфронтационный). Основные цели деловых переговоров. Схема проведения переговоров: подготовка, собственно переговоры (конструктивные приемы) и завершение.

#### **Тема 4. Публичная речь, пресс-конференция, презентация и самопрезентация**

Публичная речь – основные требования. Классификация видов публичной речи: информационная речь, убеждающая речь, протокольная (рамочная) речь, торжественная речь и т.п. Как произвести положительное впечатление на делового партнера: Д.Карнеги, Р.Хофф. Правила публичного выступления от Д.Карнеги.

Ораторское мастерство: история и современность.

Необходимость пресс-конференции. Длительность и структура пресс-конференции. Понятие «пресс-релиз».

Алгоритм процесса презентации. Типы презентаций. Презентация по плану (формуле). Презентация с удовлетворением потребностей. Презентация с решением проблемы.

Самопрезентация. Положительный имидж. Приемы установления контакта. Уверенность в себе. Требования к деловой одежде. Респектабельный тип делового партнера. Позитивный тип делового партнера. Оптимально настроенный тип делового партнера. Самоподача и самопрезентация.

#### **Тема 5. Культура ведения полемики**

Виды споров в деловой коммуникации. Благородные виды споров: дискуссия и диспут. Poleмика и деловая poleмика. Когда не нужно спорить.

Порядок ведения полемики. Особенности полемической убеждающей речи. Выступление оппонента и способы опровержения тезиса. Вопросы к

выступающим.

Принципы и основные правила ведения полемики. Тактика ведения полемики. Полемические приемы. Уловки в споре и правила защиты от них. Психологические уловки, логические уловки. Запрещенные приемы ведения полемики («приклеивание ярлыков», ложь, «техника зажимания рта», дискредитация и т.п.). Правила ответов на обвинения.

Технология сократовского спора.

### **Тема 6. Конфликты в организации и способы их разрешения**

Сущность и классификация конфликтов (искусственные, естественные, горизонтальные, вертикальные, смешанные и т.п.). Приемы предотвращения и создания конфликтов.

Пути разрешения и профилактики конфликтов. Управление конфликтами в организации. Рассмотрение ситуаций при которых конфликт – это благо.

Стратегия и тактика поведения в конфликтной ситуации.

Последствия и влияние конфликтов на деловую коммуникацию в организации.

## **Модуль 3. Методы стимулирования критического и творческого мышления специалистов в деловой сфере**

### **Тема 7. Обучающие игры и методы генерирования идей**

Обучающие игры: понятие и виды. Метод анализа конкретных ситуаций. Виды ситуаций (известная, подобная, неизвестная). Организация анализа конкретных ситуаций. Метод анализа кейсов. Метод анализа инцидентов. Метод разбора деловой корреспонденции. Метод разыгрывания ролей (инсценировки). Метод психологического видеотренинга. Метод имитационных игр. Метод деловых игр. Характеристики деловой игры. Целевая направленность деловых игр: производственные, учебные, инновационные, поисковые игры и т.п.

Методы генерирования идей: понятие и виды. Метод мозгового штурма. Условия проведения и основные правила. Метод мозгового штурма как способ организации делового общения специалистов в области управления.

Метод синектики. Процедура проведения синектики.

Метод ассоциаций: преимущества и недостатки. Метод записной книжки. Креативный вопросник.

## **Тема 8. Критика и комплименты в деловой коммуникации**

Понятие критики. Критиканство, псевдокритика и позитивная критика.

Основные характеристики позитивной критики. Критикующий прием «Lege Artis»: основные этапы и их характеристика. Практические советы критикующему. Использование критики в деловой коммуникации. Психологические издержки критики. Восемь секретов «разумной» критики. Техника нейтрализации замечаний. Приемы снижения негативного воздействия замечаний. Позитивные установки на восприятие критики.

Комплимент как способ расположить к себе партнеров в деловой коммуникации. Психологический механизм приема «Приятные слова». Основные правила как сделать комплимент комплиментом. Правила построения комплиментов для делового взаимодействия. Если комплимент говорят Вам.

### **4.3. Перечень семинарских, практических занятий или лабораторных работ**

№ п/п	№ раздела темы дисциплины	Наименование семинаров, практических	Трудоемкость (часы)	Оценочные средства
1	Тема 1	Общение как социально- психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности	2	Дискуссия
2	Тема 2	Характеристики делового общения	2	Тест, вопросы, дискуссия
3	Тема 3	Деловой разговор, деловые совеща-	2	Тесты вопросы

		ния и деловые переговоры		
4	Тема 4.	Публичная речь, пресс-конференция, презентация и самопрезентация	2	Тест, вопросы, разбор ситуаций
5	Тема 5	Культура ведения полемики	2	Тест, вопросы, практическое задание
6	Тема 6	Конфликты в организации и способы их разрешения	2	Тест, вопросы, практическое задание
7	Тема 7	Обучающие игры и методы генерирования идей	4	Тест, вопросы, практическое задание
8	Тема 8	Критика и комплименты в деловой коммуникации	4	Тест, вопросы, разбор ситуаций

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **5.1. Образовательные технологии**

Образовательные технологии применяются в соответствии с целями и задачами учебной дисциплины, а также с возможностями вида обучения. На лекциях применяются: технология проблемного изучения, презентации, технология контекстного изучения, технология диалогового изучения и т.д.; на лабораторных занятиях применяются: презентации студентов, ролевые игры, решения задач, бизнес-кейсы.

Преподавание дисциплины «Коммуникационный менеджмент» осуществляется в форме лекций и практических занятий.

Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 50 % являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные), и на 50 % с использованием интерактивных (диалоговых) технологий.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения, с использованием пакета прикладных программ Project Expert 7.0.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. К интерактивным (диалоговым) технологиям относится отработка отдельных тем по электронным пособиям (контенты), подготовка к текущему и промежуточному контролю, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов.

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-

рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 3 раздела, представляющих собой логически завершенный объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение ситуационных задач, анализ конкретных ситуаций, работа с данными) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

## 5.2. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

№ п/п	Раздел учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента	Всего часов
1	Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности	Проработка учебного материала; Внеаудиторное чтение; Работа с вопросами и для самоподготовки. (7.1; 7.2)	6
2	Характеристики делового общения	Проработка учебного материала; Работа с вопросами для самоподготовки. (7.1; 7.2)	6
3	Деловой разговор, деловые совещания и деловые переговоры	Проработка учебного материала; Работа с задачами и вопросами для самоподготовки; (7.1; 7.2)	6
4	Публичная речь, пресс-конференция, презентация и самопрезентация	Проработка учебного материала; Работа с вопросами для самоподготовки. (7.1; 7.2)	6
5	Культура ведения полемики	Проработка учебного материала; Работа с вопросами и задачами для самоподготовки. (7.1; 7.2)	6
6	Конфликты в организации и способы их разрешения	Проработка учебного материала; Работа с задачами и вопросами для самоподготовки. (7.1; 7.2)	6



7	Обучающие игры и методы генерирования идей	Проработка учебного материала; Работа с задачами и вопросами для самоподготовки. (7.1; 7.2)	10
8	Критика и комплименты в деловой коммуникации	Проработка учебного материала; Работа с задачами и вопросами для самоподготовки. (7.1; 7.2)	10
		Всего	56

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».**

**6.1.Паспорт комплекта оценочных средств по дисциплине**

6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».

*1). Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.*

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка*	Наименование оценочного средства
1.	Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности	ОК-5, ОК-6	Реферат, сообщение Решение практических задач по теме занятия
2.	Характеристики делового общения	ОК-5, ОК-6	Реферат, сообщение Решение практических задач по теме занятия
3.	Деловой разговор, деловые совещания и деловые переговоры	ОПК-1, ОПК-2	Доклад, сообщение Решение практических задач по теме занятия
4.	Публичная речь, пресс-конференция, презентация и самопрезентация	ОПК-3, ОПК-4	Реферат, сообщение Решение практических задач по

			теме занятия
5.	Культура ведения полемики	ОПК-3, ОПК-4	Реферат, сообщение Решение практических задач по теме занятия
6.	Конфликты в организации и способы их разрешения	ПК-1, ПК-10	Реферат, сообщение Решение практических задач по теме занятия
7.	Обучающие игры и методы генерирования идей	ПК-1, ПК-10, ПК-12	Реферат, сообщение Решение практических задач по теме занятия
8.	Критика и комплименты в деловой коммуникации	ПК-1, ПК-10, ПК-12	Реферат, сообщение Решение практических задач по теме занятия

### **Тест оценки знаний студентов**

1. Как различается общение по направленности.
2. В каких трех коммуникативных формах осуществляется деловая коммуникация.
3. Стили взаимодействия в деловой коммуникации.
4. Четыре вида речевой деятельности.
5. Основные причины, затрудняющие процесс передачи информации.
6. «Правило рамки», «Фактор ряда», «Правило цепи» - что означают эти понятия.
7. «Лексикон», «тезаурус», «речевое поведение» - что означают эти понятия.
8. Условия успеха речевой коммуникации.
9. Признаки и особенности направленного, критического слушания.
10. Особенности нерефлексивного слушания.
11. «Обратная связь» - способы и виды осуществления.
12. Пять правил эффективной обратной связи.
13. «Перефразирование», «резюмирование», «отражение чувств» - что означают эти понятия.
14. «Закрытые» и «открытые» вопросы; «зеркальные» вопросы.
15. Виды вопросов для деловых переговоров и торгов.
16. Суть перспективной стратегии делового взаимодействия.
17. Виды средств, входящих в группу «невербальных».
18. Внешние проявления эмоциональных состояний.
19. Кинесика. Что это такое?
20. Индивидуальные особенности проявления человека в невербальных средствах коммуникации.

21. Паралингвистические особенности невербальной коммуникации.
22. Виды смеха. «Черный смех».
23. Зоны и дистанции в деловом и межличностном общении.
24. «Личностная дистанция»: в каких видах деловой коммуникации она целесообразна.
25. «Социальная зона»: в каких видах деловой коммуникации она целесообразна.
26. Сущность выражения «программирование пространства», о чем свидетельствует рассадка за столом.
27. Организация пространственной среды.
28. Термины «конгруэнтность» и «неконгруэнтность» - значение.
29. Особенности невербальных сигналов у зарубежных деловых партнеров (любая страна на выбор студента).
30. Что такое ведущая репрезентативная система.
31. Суть приема психологической подстройки.
32. Пять сенсорных каналов, участвующих в коммуникативном канале.
33. Вербальные сигналы, позволяющие диагностировать ведущий сенсорный канал.
34. Приемы психологического присоединения.
35. Психотип делового партнера. Для чего нужны знания о нем?
36. Типы манипуляторов по Э.Шостром.
37. Стратегии поведения, типичные для манипуляторов.
38. Манипулятивные роли по Э.Берну.
39. Использование знаний психотипов в управлении персоналом.
40. Программирование делового контакта и прогнозирование его эффективности.
41. Деловой телефонный разговор: основные правила.
42. Трудности убеждения по телефону.
43. Специфика междугородних телефонных переговоров.
44. Для чего необходима пресс-конференция.
45. Отличие конфронтационного и партнерского подходов к переговорам.
46. Преимущества командного ведения переговоров.
47. Специфика импровизированных переговоров.
48. Тактика ведения переговоров. Прием «пакетирования».
49. Термины «речевое клише», «речевой штамп» - что они означают.
50. Что общего, а что различного между переговорами и торгами.
51. Дискуссия как жанр деловой коммуникации.
52. Массовая и групповая дискуссия.
53. Особенности полемики и дебатов.
54. Термины «гетеросуггестия» и «аутосуггестия» - что они означают.
55. Основные требования культуры спора.
56. Основные отличия спора, монолога, диалога, полилога.
57. Требования и структура публичной речи.
58. Сформулируйте требования к оратору.
59. Требования к проведению презентации.

60. Признаки человека «закрытого для других».
61. Преимущества человека «открытого для других».
62. Отличие респектабельного типа делового партнера.
63. Характеристики позитивного типа делового партнера.
64. Потенциальные помехи презентации в нетрадиционном месте (поезде, самолете и т.п.).
65. Методы стимулирования критического и творческого мышления.
66. «Креативный вопросник» - когда и где его можно использовать.
67. Имитационные игры и цели их внедрения в подготовку специалистов в области управления персоналом.
68. Ролевые и их применение в деловой коммуникации.
69. Виды деструктивной критики.
70. Характеристики позитивной критики.
71. Схема осуществления критического анализа.
72. Интрапунитивная и экстрапунитивная реакция на критику – что это значит?
73. Compliment в деловом взаимодействии.
74. Связь между умением делать комплимент и аттракцией.
75. Преимущества комплимента на фоне антикомплимента.

#### **Вопросы для промежуточной аттестации (в форме зачета)**

1. Понятие «деловая коммуникация», «коммуникативный процесс», «интеракция» и «перцепция».
2. Виды делового общения: основные характеристики и специфика.
3. Функции делового общения (перечислите и раскройте сущность).
4. Стили речи и их характеристика.
5. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.
6. Некорректные вопросы и уловки ухода от ответа на них. Прием Бумеранга.
7. Умение слушать делового партнера. Внутренние и внешние помехи слушания.
8. Вербальная коммуникация: специфика и основные характеристики.
9. Невербальная коммуникация: основные характеристики.
10. Понятие «конгруэнтность». Идентификация лжи.
11. Понятие «пресс-конференция» и «пресс-релиз».
12. Коммуникативная компетентность и способы ее идентификации.
13. Деловой разговор и деловая беседа: стратегии успеха.
14. Правила деловой беседы по телефону. Стратегия избегания ошибок.
15. Деловые совещания: процедура подготовки и проведения.
16. Полемика: основные сущностные характеристики. Деловая полемика.
17. Ораторское искусство: история зарождения и развития.
18. Публичная речь. Виды публичной речи.
19. Как произвести положительное впечатление на собеседника: основные секреты.
20. Презентация и ее основные виды. Самопрезентация.

21. Имидж делового человека: алгоритм формирования. Основные требования к имиджу.
22. Обучающие игры: основные характеристики и функции.
23. Основные виды обучающих игр.
24. Метод мозгового штурма. Процедура проведения и правила.
25. Метод синектики. Процедура проведения синектики.
26. Метод ассоциаций и креативный вопросник.
27. Организационные конфликты и способы управления ими.
28. Понятие критики. Критицизм, псевдокритика и позитивная критика
29. Критикующий прием «Lege Artis»: основные этапы и их характеристика.
30. Compliments в деловой коммуникации. Искусство говорить и принимать.

Оценивание обучающегося на зачете

Оценка (национальная, пятибалльная)	Оценка (рубежный рейтинг)	Требования к знаниям
5, «отлично»		<ul style="list-style-type: none"> <li>• всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;</li> <li>• знание современной учебной и научной литературы;</li> <li>• способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;</li> <li>• владение понятийным аппаратом;</li> <li>• способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики.</li> </ul>
4, «хорошо»		<ul style="list-style-type: none"> <li>• твёрдое знание программного материала;</li> <li>• знание основной и наиболее важной дополнительной литературы;</li> <li>• способность применять знание теории к решению задач профессионального характера.</li> </ul>
3, «удовлетворительно»		<ul style="list-style-type: none"> <li>• знание программного материала в объёме, необходимом для предстоящей работы по профессии;</li> <li>• знание основной литературы;</li> <li>• возможность наличия погрешностей в ответе на вопросы экзаменационного билета.</li> </ul>
2,		<ul style="list-style-type: none"> <li>• значительные пробелы в знаниях основного</li> </ul>

Оценка (национальная, пятибалльная)	Оценка (рубежный рейтинг)	Требования к знаниям
«неудовлетворительно»		программного материала; <ul style="list-style-type: none"> <li>• принципиальные ошибки в ответе на вопросы экзаменационного билета; незнание теории и практики предметной области.</li> </ul>

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **7.1. Основная литература**

1. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 476 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

2. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 460 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

3. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 433 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

4. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 342 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 253 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

2. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 2 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 263 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

## **8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)**

Для повышения качества подготовки и оценки полученных знаний часть практических занятий планируется проводить в компьютерном классе с использованием компонентов Microsoft Office 2007, 2008, 2010: Word, Excel, Access, PowerPoint, Visio, 1С: Предприятие.

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого лектором материала, после лекции и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать лектору интересующие его вопросы.

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и должны давать систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывать состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрировать внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулировать их активную познавательную деятельность и способствовать формированию творческого мышления.

Главная задача лекционного курса – сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций: 1. Познавательно-обучающая; 2. Развивающая; 3. Ориентирующе-направляющая; 4. Активизирующая; 5. Воспитательная; 6. Организующая; 7. информационная.

Выполнение лабораторных (практических) заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих

обучающихся.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к экзамену и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература.

### **Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине**

#### **Эссе**

Написание эссе – это вариант творческой работы, в которой должна быть выражена позиция автора по избранной теме.

Эссе – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, трактующее тему и представляющее попытку передать индивидуальные впечатления и соображения, так или иначе, с ней связанные.

#### **Алгоритм выполнения задания:**

- Выбрать тему эссе, если она не задана изначально.
- Сформулировать предмет анализа в эссе или исходные тезисы.
- Правильно подобрать и эффективно использовать необходимые источники (желательно, чтобы в их число входили первоисточники).
- Критически проанализировать различные факты и оценить их интерпретацию.



- Сформулировать собственные суждения и оценки, основанные на свидетельствах и тщательном изучении источника.

Эссе должно включать следующие части, отвечающие определенным требованиям:

1. Краткое содержание, в котором необходимо:
  - 1.1. четко определить тему и предмет исследования или основные тезисы;
  - 1.2. кратко описать структуру и логику развития материала;
  - 1.3. сформулировать основные выводы.
2. Основная часть эссе содержит основные положения и аргументацию.
3. Заключение, в котором следует:
  - 3.1. четко выделить результаты исследования и полученные выводы;
  - 3.2. обозначить вопросы, которые не были решены, и новые вопросы, появившиеся в процессе исследования.
4. Библиография.

При оформлении работы необходимо придерживаться требований к написанию курсовой работы.

#### **Примерная тематика эссе**

1. Виды делового общения: основные характеристики и специфика.
2. Функции делового общения (перечислите и раскройте сущность).
3. Стили речи и их характеристика.
4. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.
5. Некорректные вопросы и уловки ухода от ответа на них. Прием Бумеранга.
6. Умение слушать делового партнера. Внутренние и внешние помехи слушания.

#### **Реферат**

Реферат – форма научно-исследовательской деятельности, направленная на развитие научного мышления, на формирование познавательной деятельности по предмету через комплекс взаимосвязанных методов исследования, на самообразование и творческую деятельность.

Какие **задачи решает** данная форма научно-исследовательской деятельности?

- Расширяет знания по общим и частным вопросам предмета.
- Способствует формированию умений и навыков самостоятельной исследовательской работы; закладывает базу для научного исследования в профессиональной области и т.д.
- Содействует формированию библиографических знаний и умений.
- Формирует навык оформления научных работ.

Какие можно выделить **этапы и методы исследования** в разработке темы?

- Изучение литературы по теме.
- Обоснование актуальности темы.
- Подбор материала для написания основной части реферата.
- Выделение вопросов, предлагаемых для эмпирического исследования.

- Подбор иллюстративного материала по теме реферата (если требует необходимость исследования).
- Определение результатов исследования.

Рефераты могут носить как теоретический, так и практический характер.

Какие возможно предложить рекомендации при *защите реферата*?

- Время отведённое на защиту реферата не должно превышать 15 минут. Сюда входит не только изложение информации аттестуемым, но и вопросы, задаваемые выступающим.
- Выступление заключается в изложении следующих моментов: актуальности темы, основные теоретические выкладки, выводы по работе. Выступление должно сопровождаться наглядным материалом (презентация).

*Оценивается* работа по следующим критериям:

- Актуальность темы исследования.
- Характер изложения материала: научность, доступность, последовательность, язык изложения, вызывает ли интерес прочитанный материал и т.д.
- Наличие графических работ, их качество (если требует необходимость исследования).
- Наличие иллюстративного материала, его соответствие тематике исследования (если требует необходимость исследования).
- Оформление работы.
- Качество защиты: знание материала, использование наглядных пособий, ответы на вопросы.

*Методические рекомендации* к подготовке и оформлению рефератов.

- Приступая к выполнению работы необходимо внимательно ознакомиться с предлагаемой тематикой. Исходя из собственных интересов, наличия литературы или возможности получить ее в библиотеке, обучающийся должен выбрать для работы одну из рекомендуемых тем.
- Работая с библиографическими источниками, следует помнить, что почти во всех книгах имеется список литературы, который дает представление о наиболее значимых работах в соответствующей научной отрасли. Это облегчат целенаправленный поиск литературы. Приемлемым количеством литературных источников можно считать 10 книг. Главное для автора — показать, что он знаком с важнейшими работами по данному вопросу и сумел на их основе всесторонне раскрыть тему.
- Просмотрев основную литературу, составляете план работы.
- Дальше приступаете к написанию черновика работы. Работу с литературными источниками необходимо проводить в форме конспектирования текста своими словами, а не переписыванием его. Конспект лучше делать на небольших листах бумаги и на один лист писать только те материалы, которые относятся к одному пункту плана. По вопросам, которые вызы-

вают затруднения необходимо проводить индивидуальную консультацию с преподавателем. Отработав тщательно черновик, приступаете к оформлению работы на чисто.

- Работа не должна быть объемной (15 печатных страниц). При оформлении работы необходимо придерживаться требований к написанию курсовой работы.

#### **Примерная тематика рефератов:**

1. Вербальная коммуникация: специфика и основные характеристики.
2. Невербальная коммуникация: основные характеристики.
3. Понятие «конгруэнтность». Идентификация лжи.
4. Понятие «пресс-конференция» и «пресс-релиз».
5. Коммуникативная компетентность и способы ее идентификации.
6. Деловой разговор и деловая беседа: стратегии успеха.
7. Правила деловой беседы по телефону. Стратегия избегания ошибок.
8. Деловые совещания: процедура подготовки и проведения.

#### **Доклад**

Доклад – это вид самостоятельной работы, заключающийся в разработке обучающимися темы на основе изучения литературы и развернутом публичном сообщении по данной проблеме.

Отличительными признаками доклада являются:

- передача в устной форме информации;
- публичный характер выступления; — стилевая однородность доклада;
- четкие формулировки и сотрудничество докладчика и аудитории;
- умение в сжатой форме изложить ключевые положения исследуемого вопроса и сделать выводы.

В ходе самостоятельной подготовки к семинарским занятиям, особенно по гуманитарным дисциплинам, обучающимся может использоваться, к примеру, так называемый метод контрфактического моделирования событий, который научит их самостоятельно рассуждать о минувших, а также современных событиях, покажет мотивы принятия людьми решений, причины совершенных ошибок. Такая работа, в процессе которой приходится сравнивать, сопоставлять, выявлять логические связи и отношения, применять методы анализа и синтеза, позволит успешно в дальнейшем подготовиться к дифференцированному зачету.

#### **Примерная тематика докладов:**

1. Полемика: основные сущностные характеристики. Деловая полемика.
2. Ораторское искусство: история зарождения и развития.
3. Публичная речь. Виды публичной речи.
4. Как произвести положительное впечатление на собеседника: основные секреты.

5. Презентация и ее основные виды. Самопрезентация.
6. Имидж делового человека: алгоритм формирования. Основные требования к имиджу.
7. Обучающие игры: основные характеристики и функции.
8. Основные виды обучающих игр.
9. Метод мозгового штурма. Процедура проведения и правила.
10. Метод синектики. Процедура проведения синектики.
11. Метод ассоциаций и креативный вопросник.
12. Организационные конфликты и способы управления ими.

## **Презентация**

Презентация — это документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, продукта и т.п.). Цель презентации — донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

### **Стиль презентации**

1. Вся презентация должна быть выдержана в едином стиле, на базе одного шаблона.
2. Стиль включает в себя:
  - 2.1. общую схему шаблона: способ размещения информационных блоков;
  - 2.2. общую цветовую схему дизайна слайда;
  - 2.3. цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;
  - 2.4. параметры шрифтов (гарнитура, цвет, размер) и их оформления (эффекты), используемых для различных типов текстовой информации (заголовки, основной текст, выделенный текст, гиперссылки, списки, подписи);
  - 2.5. способы оформления иллюстраций, схем, диаграмм, таблиц и др.

### **Правила использования цвета.**

Одним из основных компонентов дизайна учебной презентации является учет физиологических особенностей восприятия цветов человеком. К наиболее значимым из них относят:

1. стимулирующие (теплые) цвета способствуют возбуждению и действуют как раздражители (в порядке убывания интенсивности воздействия): красный, оранжевый, желтый;
2. дезинтегрирующие (холодные) цвета успокаивают, вызывают сонное состояние (в том же порядке): фиолетовый, синий, голубой, синезеленый; зеленый;
3. нейтральные цвета: светло-розовый, серо-голубой, желто-зеленый, коричневый;
4. сочетание двух цветов — цвета знака и цвета фона — существенно влияет на зрительный комфорт, причем некоторые пары цветов не

только утомляют зрение, но и могут привести к стрессу (например, зеленые буквы на красном фоне);

### **Правила использования фона**

1. Фон является элементом заднего (второго) плана, должен выделять, оттенять, подчеркивать информацию, находящуюся на слайде, но не заслонять ее.
2. Легкие пастельные тона лучше подходят для фона, чем белый цвет.
3. Для фона предпочтительны холодные тона.

### **Правила использования текстовой информации**

*Не рекомендуется:*

1. перегружать слайд текстовой информацией;
2. использовать блоки сплошного текста;
3. в нумерованных и маркированных списках использовать уровень вложения глубже двух;
4. использовать переносы слов;
5. использовать наклонное и вертикальное расположение подписей и текстовых блоков;
6. текст слайда не должен повторять текст, который преподаватель произносит вслух (зрители прочитают его быстрее, чем расскажет преподаватель, и потеряют интерес к его словам).

*Рекомендуется:*

1. сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста: короткие тезисы, даты, имена, термины — главные моменты опорного конспекта;
2. использование коротких слов и предложений, минимум предлогов, наречий, прилагательных;
3. использование нумерованных и маркированных списков вместо сплошного текста;
4. использование табличного (матричного) формата предъявления материала, который позволяет представить материал в компактной форме и наглядно показать связи между различными понятиями;
5. выполнение общих правил оформления текста;
6. тщательное выравнивание текста, буквиц, маркеров списков;

### **Правила использования шрифтов**

При выборе шрифтов для представления вербальной информации презентации следует учитывать следующие правила:

1. Не рекомендуется смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
2. Учитывая, что гладкие (плакатные) шрифты, т. е. шрифты без засечек (типа Arial, Tahoma, Verdana и т.п.) легче читать с большого расстояния, чем шрифты с засечками (типа Times), то:

- 2.1. для основного текста предпочтительно использовать плакатные шрифты;
- 2.2. для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем и не контрастирует с основным шрифтом.
3. Текст должен быть читабельным (его должно быть легко прочитать с самого дальнего места).
4. Рекомендуемые размеры шрифтов:
  - 4.1. для заголовков — не менее 32 пунктов и не более 50, оптимально — 36 пункта;
  - 4.2. для основного текста — не менее 18 пунктов и не более 32, оптимально — 24 пункта.

### **Правила использования графической информации**

Динамика взаимоотношений визуальных и вербальных элементов и их количество определяются функциональной направленностью учебного материала. Изображение информативнее, нагляднее, оно легче запоминается, чем текст. Поэтому, если можно заменить текст информативной иллюстрацией, то лучше это сделать.

При использовании графики в презентации следует выполнять следующие правила и рекомендации, обусловленные законами восприятия человеком зрительной информации:

### **Анимационные эффекты**

1. Рекомендуется использовать возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. Однако не стоит чрезмерно насыщать презентацию такими эффектами, иначе это вызовет негативную реакцию аудитории.
2. Анимация должна быть сдержанна, хорошо продумана и допустима:
  - 2.1. для демонстрации динамичных процессов;
  - 2.2. для привлечения внимания слушателей, создания определенной атмосферы презентации.
3. Анимация текста должна быть удобной для восприятия: темп должен соответствовать технике чтения обучающихся.
4. Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.
5. Анимация не должна быть слишком активной. Особенно нежелательны такие эффекты, как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. В учебных презентациях для детей и подростков такие эффекты, как движущиеся строки по горизонтали и вертикали, запрещены нормативными документами.

Важнейшим свойством мультимедийного блока является скорость и качество его работы в составе презентации. С этой точки зрения наличие большого количества мультимедийных блоков в презентации нецелесообразно,

так как может значительно замедлить ее работу.

Учет указанных особенностей конструирования и оформления презентации в значительной степени влияет на эффективность восприятия представленной в ней информации.

## **9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Для эффективного использования учебных материалов необходим офисный пакет MS Office, а также программы Project Expert и Альт Инвест.

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)-Электронная библиотечная система издательства «ЮРАЙТ».
2. [iprbookshop.ru](http://iprbookshop.ru) - ЭБС IPRbooks.
3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) <http://www.fcior.edu.ru/>
4. Публикации по экономике и финансам (<http://www.finansy.ru>)
5. Сайт издательства Экономическая школа (электронные версии учебников издательства в свободном доступе, экономический словарь, биографии экономистов и другие материалы) (<http://www.economicus.ru>)
6. Мониторинг экономических показателей (<http://www.budgetfr.ru>)
7. РосБизнесКонсалтинг (<http://www.rbc.ru>)
8. Федеральная служба статистики (Росстат) (<http://www.gks.ru>)
9. Справочная правовая система «Консультант Плюс» ([www.consultant.ru](http://www.consultant.ru))
10. Справочная правовая система «Гарант» ([www.garant.ru](http://www.garant.ru))

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

## **«Коммуникационный менеджмент»**

Аудитории должны быть обеспечены рабочим местом преподавателя, партами и стульями для студентов, мультимедийным оборудованием, проектором, персональными компьютерами с MS Office (в случае необходимости для конкретного занятия), устройством звукоусиления (в случае, если того требует размер аудитории) и др.