

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

**Фонд оценочных средств
по дисциплине: «Коммуникационный менеджмент»**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Брянск
2025

**1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы
ПК-1.3; ПК-6.1; ПК-7.1; ПК-7.4**

Код и описание компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
ПК-6. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-6.1 Участствует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн- и офлайн-коммуникаций	ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
	ПК-7.4 Участствует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Инструкция
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Задания с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 1. Один из основоположников теории менеджмента А. Файоль охарактеризовал функции управления следующим образом. Какой из пунктов лишний? А. предвидеть Б. организовать В. руководить Г. наставлять Д. координировать Е. контролировать 2. Деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой, путем реализации коммуникационной политики – это: А. бизнес Б. коммуникационный менеджмент В. стратегия коммуникации Г. Органы государственной власти Д. коммуникационный аудит	ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде ПК-6.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-7.1 При реализации коммуникационного	Базовый 1-3 минуты

3. Верно ли, что коммуникационная политика включает в себя, в частности, планирование обратной связи? А. да, верно Б. нет, неверно 4. В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая: А. производит товары и услуги, известные обществу Б. демонстрирует общественности организационные ценности В. верны оба варианта Г. не верен ни один из вариантов 5. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг, включая планирование и проведение конкретных кампаний и акций? А. да, верно Б. нет, неверно 6. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит координация всех направлений PR-деятельности фирмы и ее подразделений? А. да, верно Б. нет, неверно 7. Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент: А. маркетинговых исследований Б. экономического капитала компании В. культурного капитала компании Г. публицитного капитала клиента Д. финансового капитала фирмы 8. Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил: А. Айви Ли Б. Э. Бернайз В. С. Блэк Г. Дж. Грюниг 9. Однонаправленный поток информации, основная цель которого не слушание, а говорение – это: А. пропагандистская модель Б. журналистская модель В. двусторонняя ассиметричная модель Г. двусторонняя симметричная модель 10. Однонаправленный поток информации, направленный на массовую аудиторию посредством СМИ, цель которого проинформировать – это: А. пропагандистская модель Б. журналистская модель В. двусторонняя ассиметричная модель Г. двусторонняя симметричная модель	продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i> 11. Выбор целевой аудитории, изучение ее интересов и распространение на этой основе информации с применением технологии обратной связи – это:	ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии философии организации целевым группам	Повышенный 3-5 минут

А. пропагандистская модель Дж. Грюнига Б. журналистская модель В. двусторонняя ассиметричная модель Г. двусторонняя симметричная модель 12. Распространение информации на целевые аудитории с целью достижения взаимопонимания – это: А. пропагандистская модель Дж. Грюнига Б. журналистская модель В. двусторонняя ассиметричная модель Г. двусторонняя симметричная модель 13. Активная общественность является условием для реализации: А. стратегии диалога Б. стратегии информирования В. стратегии убеждения Г. стратегии формирования согласия 14. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит разъяснительная работа с персоналом фирмы относительно итогов и перспектив ее деятельности, проведение корпоративных акций, организация специальных образовательных проектов, программ и мероприятий? А. да, верно Б. нет, неверно 15. Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи – это: А. пропаганда Б. реклама В. паблик рилейшнз Г. маркетинг 16. Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают установление графика информирования? А. да, верно Б. нет, неверно 17. Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают информирование персонала прежде, чем СМИ? А. да, верно Б. нет, неверно 18. Процесс формулировки стратегии по этапам, с разъяснением роли каждого члена организации (каждого ее подразделения) – это: А. консалтинг Б. стратегический аудит В. стратегическое прогнозирование Г. стратегическое планирование 19. Если корпорация преследует цель расширения объемов продаж, видов выпускаемой продукции, производственных мощностей, причем этот рост в процентном отношении должен превышать уровень роста ВВП и инфляцию, то применяется: А. стратегия роста Б. стратегия стабильности В. стратегия обороны Г. комбинированная стратегия	общественности офлайн- и онлайн-среде ПК-6.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей общественностью и рекламы ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	в с и
---	---	----------------------------

20. На тех предприятиях, которые довольствуются существующим объемом производства (включая размер рынка, объем выпуска товаров и т. д.) и управление которыми направлено на поиск стабильного, прибыльного роста, эквивалентного росту ВВП или инфляции применяется: А. стратегия роста Б. стратегия стабильности В. стратегия обороны Г. комбинированная стратегия		
Закончите предложения: ... это совокупность сведений о внутреннем и внешнем состоянии управляемой системы (объекта управления), используемых для оценки ситуации и разработки управленческих решений. Основными элементами коммуникационного процесса являются: отправитель, сообщение, , получатель. — присутствует, когда получатель демонстрирует реакцию и сообщение. Это может быть любой сигнал получателя отправителю — кивок, подразумевающий понимание вопроса, быстрый ответ по электронной почте и т.д. Дает возможность отправителю установить, получено ли сообщение и вызвало ли оно ожидаемую реакцию. барьеры: механические помехи (шум, обрыв информации); фонетическое непонимание (дефект речи, речь-скороговорка, слова-паразиты, различные диалекты и языки); семантический барьер (профессиональная лексика, жаргон, сленг); стилистический барьер (несоответствие стиля речи коммуникатора и ситуации общения); логический барьер; психологический барьер; эмоциональный барьер; социально-культурные различия	ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде ПК-6.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Высокий 5-10 минут

3.2.2. Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 21. Компаниями, которые нельзя отнести к числу преуспевающих, с целью стабилизировать свое положение реагируя на сиюминутные изменения на рынке применяется: А. стратегия роста Б. стратегия стабильности В. стратегия обороны Г. комбинированная стратегия	ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде ПК-6.1 Участвует в продвижении	Базовый 1-3 минуты

22. Сочетание различных стратегий по отношению к своим фирмам или подразделениям в целом – это: 1. стратегия роста 2. стратегия стабильности 3. стратегия обороны 4. комбинированная стратегия 23.: В стратегическом планировании коммуникаций различают следующие основные группы целей (выберите неверный вариант): 1. цели отношения 2. цели выхода 3. цели влияния 24. Экспонирование сообщения, его понимание и удержание в памяти относится к: А. информационным целям Б. целям отношения (установок) В. целям поведения 25. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является личное внимание топ-менеджмента к персоналу? А. да, верно Б. нет, неверно 26. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является персонификация коммуникаций, их личный характер? А. да, верно Б. нет, неверно 27. Аутсорсинг – это: А. передача отдельных информационно- коммуникативных функций сторонней организации Б. учет и мобилизация стратегических ресурсов организации В. выход готового информационного продукта пресс-службы организации 28. Специфическая профессиональная деятельность, предпринимаемая для создания, поддержания и изменения поведения общественности по отношению к государственным властным органам, политическим партиям, к демократическим институтам, к формированию гражданского общества – это: А. политический маркетинг Б. социальный маркетинг В. корпоративный маркетинг Г. медиа-маркетинг 29. Технология предупреждения конфликтов в коллективе – это: А. Увеличение продаж Б. усилия менеджера по снятию причин для конфронтации среди персонала В. встречи топ-менеджмента с коллективом Г. организация линии «обратной связи» 30. Изменения мнения, отношения и поведения со	социально значимых ценностей средствами связей общественностью и рекламы ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.4 Участствует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
---	--	--

стороны целевой аудитории, вызванные распространенными материалами, сообщениями – это: А. результаты коммуникационной кампании Б. итоги коммуникационной кампании		
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 31. SWOT-анализ – это: А. анализ сообщений об организации в СМИ Б. контент-анализ В. анализ альтернатив развития организации и выбор стратегии 32. Основные направления по работе с персоналом в сфере корпоративной культуры (отметьте лишний пункт): А. информирование Б. самоменеджмент В. самовоспитание Г. кураторство 33. Технология «конструирования» трудового коллектива – это: А. ряд собеседований при приеме на работу Б. усилия менеджера по созданию здоровых формальных и неформальных отношений в коллективе В. определение цели деятельности коллектива, перспективное планирование 34. Внутренний источник набора персонала используют в случаях (отметьте лишний пункт): А. формирования минимальной численности персонала Б. перераспределения персонала В. перемещения персонала Г. организации масштабного конкурса 35. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит участие в подготовке публичных мероприятий и заявлений, включая подготовку текстов выступлений, речей и докладов? А. да, верно Б. нет, неверно 36. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит формирование и продвижение позитивного привлекательного имиджа фирмы (институциональная корпоративная реклама)? А. да, верно Б. нет, неверно 37. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит донорская деятельность фирмы? А. да, верно Б. нет, неверно 38. В сфере антикризисных коммуникаций наиболее эффективной является: А. стратегия информирования Б. стратегия убеждения В. стратегия диалога	ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде ПК-6.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Повышенный 3-5 минут

Г. стратегия формирования согласия 39. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является регулярное исследование отношения персонала к организации и менеджменту позволяет выявить проблемы до того, как они станут кризисом? А. да, верно Б. нет, неверно 40. Формирование взглядов на организацию и ее действия, их закрепление и изменение относится к: А. информационным целям Б. целям отношения (установок) В. целям поведения		
Определите стиль следующего отрывка Кейс 1 Разработайте проект информационного письма-предложения потенциальным спонсорам конкретного проекта (устава) фирмы. Текст письма должен содержать обращение, суть предложения, информацию об организаторах и их компетентности, потенциальных партнерах, об отношении властей, степени участия СМИ, дополнительных выгодах, контактные данные. Кейс 2 Составьте презентацию из 15-20 слайдов на тему «Управление формальными коммуникациями: технологии и инструменты». Кейс 3 Расскажите и покажите на примерах ту роль, которую играют ритуалы, традиции, праздники в организации. Как они способствуют управлению коммуникациями? Кейс 4 Создайте схему основных факторов конкурентоспособности персонала. Определите их приоритетность для персонала коммуникационного менеджмента. Подберите фактический материал (из литературы и периодической печати), иллюстративно подтверждающий вашу точку зрения. Сделайте прогноз о возможном применении приоритетности указанных факторов и о появлении новых требований к корпоративной конкуренции на ближайшие годы.	ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде ПК-6.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Высокий 5-10 минут

Темы для докладов

1. Типологические модели коммуникационного менеджмента и их социальная природа.
2. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте.
3. Коммуникационная программа как основа планирования.
4. Особенности планирования в организациях сферы бизнеса, политической и негосударственной сферах: сравнительный анализ.
5. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте, системный

подход и моделирование ситуаций.

6. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы, интервью. Условия надежности опросов.
7. Компьютерные программы обработки социальной информации.
8. Особенности хранения и обработки управленческой информации.
9. Принципы коммуникационного аудита.
10. Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.
11. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности.
12. Специфика коммуникационного менеджмента в некоммерческой сфере.
13. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Пресс-служба Президента РФ.
14. Особенности коммуникационного менеджмента во внешнеэкономических ведомствах.
15. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров и их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников.
16. Особенности коммуникационного менеджмента с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.
17. Система международных коммуникаций организации.
18. Роль коммуникационного менеджмента в формировании внешнего имиджа организации.
19. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.
20. Информационная поддержка принятия решений в кризисных и экстремальных ситуациях.

3.3. Вопросы промежуточной аттестации, формирование компетенций **ПК-1.3;ПК-6.1;ПК-7.1;ПК-7.4**

1. Базовые характеристики коммуникационных сетей в организациях. Содержание категории «коммуникационная сеть» организации.
2. Виды коммуникационных сетей в организациях различного типа. Инструменты формирования и поддержки коммуникационных сетей в организации.
3. Внутриорганизационные коммуникации и их особенности. Вертикальные внутриорганизационные коммуникации и их характеристика. Специфика горизонтальных коммуникаций внутри организации.
4. Способы контроля и оптимизации вертикальных и горизонтальных коммуникаций средствами коммуникационного менеджмента.
5. Документация в организациях различного типа и ее классификация. Основные свойства документированной информации.
6. Функции документированной информации в организациях. Отличительные качества внутриорганизационных документов.
7. Информация как категория коммуникационного менеджмента.
8. Содержание понятия «информация» в коммуникационном менеджменте. Виды информации и их основная классификация. Функции информации в коммуникационном менеджменте и их характеристика.
9. Коммуникационная безопасность как категория коммуникационного менеджмента и ее основное содержание.
10. Функции информационной безопасности бизнеса. Направления обеспечения

информационной защиты бизнеса. Инструменты и способы информационной защиты бизнеса и их характеристика.

11. Коммуникационные роли (позиции) в организации. Виды коммуникационных ролей в организации и их характеристика.

12. Способы выявления коммуникационных ролей в организации. Лидеры мнений в организации и способы их выявления.

13. Коммуникационный менеджмент как управленческая технология. Формы коммуникационного менеджмента.

14. Основные направления и технологии коммуникационного менеджмента. Сферы применения коммуникационного менеджмента и их характеристика

15. Коммуникационный менеджмент как часть системы управления организацией. Особенности управления коммуникациями в организациях различного типа. Специфика коммуникационного менеджмента в организациях открытого типа. Специфика управления коммуникациями в организациях закрытого типа.

16. Место коммуникационного менеджмента в общественном устройстве. Функции коммуникационного менеджмента и их характеристика. Основные принципы коммуникационного менеджмента.

17. Содержание категории «коммуникация» в коммуникационном менеджменте.

18. Направления и составляющие коммуникативного менеджмента. Содержание категории «коммуникативный менеджмент» и ее отличие от других видов менеджмента.

19. Направления и составляющие коммуникативного менеджмента. Функции и задачи коммуникационного менеджмента.

20. Научные истоки коммуникационного менеджмента. Цели и задачи коммуникационного менеджмента как науки и вида профессиональной деятельности.

21. Объект и предмет изучения в коммуникационном менеджменте. Отличия коммуникационного менеджмента от социологии, коммуникологии и других смежных наук.

22. Основное содержание Концепции коммуникационного менеджмента. Краткая история и авторы Концепции коммуникационного менеджмента.

23. Задачи Концепции коммуникационного менеджмента. Основные положения Концепции коммуникационного менеджмента.

24. Основные формы внутрикорпоративной коммуникации. Деловая переписка, деловые переговоры, деловая беседа как формы внутрикорпоративной коммуникации. Их отличительные характеристики.

25. Структура и методы делового совещания как формы коммуникаций в организации.

26. Особенности внешних коммуникаций организации.

27. Функции внешних коммуникаций организации и их характеристика. Аудитории внешних коммуникаций и их типология. Структура внешних коммуникаций в организации в зависимости от типа и отраслевой принадлежности организации.

28. Особенности внешних связей коммерческой организации. Специфика и инструменты связей коммерческой организации с государственными органами.

29. Направления и задачи связей бизнеса с некоммерческими организациями. Принципы связей фирмы с широкой общественностью.

30. Особенности внутрикорпоративных мероприятий. Формы и виды внутрикорпоративных мероприятий.

31. Функции внутрикорпоративных мероприятий. Способы организации внутрикорпоративных мероприятий в современном коммуникационном менеджменте.

32. Особенности и характеристики современных коммуникативных каналов в организации.

33. Специфика и технологии применения корпоративной почты. Задачи и виды

корпоративной переписки. Информационные доски и доски почета как носители организационной информации: их содержание и разновидности форм.

34. Особенности коммуникационного взаимодействия в обществе. Функции коммуникативного взаимодействия.

35. Классификация родовых групп субъектов коммуникационного взаимодействия в обществе. Связи родовых отношений в коммуникационном менеджменте и их характеристика.

36. Особенности коммуникационного общения внутри организации. Функции коммуникационного общения внутри организации.

37. Цели и задачи коммуникационного общения внутри организации. Каналы коммуникации внутри организации и способы их контроля.

38. Особенности коммуникационного общения внутри организации. Цели, функции и формы коммуникационного общения внутри организации.

39. Формальная структура внутри организации и ее составляющие. Нормативные коммуникационные каналы внутри организации и их характеристика.

40. Особенности современных коммуникативных каналов в организации и способы их организации. Корпоративные газеты и журналы и их характеристика. Корпоративные ньюслеттеры и принципы их распространения.

41. Содержание и структура данных информационных носителей.

42. Особенности современных коммуникаций. Виды коммуникации и их типологизация. Основные парадигмы и подходы к изучению коммуникации в коммуникационном менеджменте. Основные условия эффективности коммуникации в коммуникационном менеджменте.

43. Особенности специфических форм коммуникации внутри компании. Стандартизированные и не стандартизированные формы коммуникации внутри компании. Типы и формы информационных контактов сотрудников.

44. Параметры иерархии во внутриорганизационной коммуникации.

45. Партнерские коммуникации и их характеристика. Особенности и функции взаимодействия коммерческой организации с партнерами.

46. Принципы и технологии взаимодействия коммерческой организации с конкурентами. Инструменты взаимодействия коммерческой организации с и частными лицами.

47. Программа совершенствования коммуникаций в организации и ее характеристика. Составляющие программы оптимизации организационных коммуникаций. Содержание понятия «управленческая информация» и ее структура.

48. Этапы подготовки к разработке программы совершенствования коммуникаций в организации.

49. Процедура оценки эффективности внутриорганизационных коммуникаций и ее характеристика. Формы оценки эффективности внутриорганизационных коммуникаций.

50. Методы и инструменты оценки эффективности внутриорганизационных коммуникаций. Принципы оценки эффективности различных коммуникационных каналов в организации.

51. Разновидности современных коммуникационных структур в организации. Функции коммуникационных структур в организации.

52. Источники деловой информации в организации. Их основные достоинства и недостатки.

53. Роль и функции формальных коммуникаций в организации. Способы организации формальных коммуникаций.

54. Технологии и инструменты контроля формальных каналов коммуникации.

Принцип протокольность в формальных коммуникациях и его характеристика.

55. Слухи как вид неформальных коммуникаций в современной организации. Функции слухов в организации. Носители слухов в организации и последствия их деятельности (эффект «сарафанного радио»).

56. Принципы профилактики возникновения слухов внутри организации.

57. Современная организация как активный и самостоятельный коммуникативный субъект.

58. Особенности и составляющие организационной структуры. Типы организационных структур и их характеристика. Функции организации как инициатора коммуникативного процесса.

59. Современные информационные технологии, используемые внутри организаций для оптимизации коммуникационного процесса. Функции информационных технологий, используемых внутри организаций.

60. Разновидности информационных технологий, используемых внутри организаций. Методы оптимизации коммуникационного процесса внутри фирмы с помощью IT-технологий.

61. Специфика внутренних коммуникаций в организации. Содержание категории «внутренние коммуникации» в коммуникационном менеджменте.

62. Основные участники внутренних коммуникаций в организации и формы связи между ними. Особенности, характеристики и каналы внутренних коммуникаций в организации.

63. Специфика деловой структуры современной организации. Технологическое обеспечение деловой структуры современной организации и его инструменты.

64. Обязательный состав материально-технического обеспечения оборота информации в организации. Виды специального программного обеспечения.

65. Специфика и формы управленческих документов в коммуникационном менеджменте. Содержание категории «управленческий документ» в коммуникационном менеджменте.

66. Особенности подготовки (составления) текста управленческого документа. Основные принципы и этапы подготовки текста управленческого документа.

67. Специфика коммуникационного менеджмента как информационно-коммуникативной технологии в коммерческой структуре. Способы организации коммуникационного менеджмента.

68. Преимущества коммуникационного менеджмента как информационно-коммуникативной технологии в коммерческой структуре. Недостатки коммуникационного менеджмента.

69. Специфика управления персоналом через неформальные коммуникации. Методы управления персоналом через неформальные коммуникации.

70. Инструменты управления персоналом через неформальные коммуникации. Способы использования слухов для конструктивного решения организационных проблем.

71. Субъекты ответственности в коммуникационном менеджменте и их основные разновидности. Коммуникационные проблемы организации и способы их преодоления.

72. Коммуникационные ресурсы организации и их основные разновидности. Коммуникационные потребности организации и инструменты их удовлетворения.

73. Технологии коммуникативного воздействия на сотрудников и их виды. Информационно-психологические каналы связей с персоналом.

74. Роль и функции HR-специалистов в обеспечении связи с персоналом. Роль и функции PR-специалистов в коммуникации с персоналом.

75. Управление неформальными коммуникациями в современной организации.

Виды неформальных внутриорганизационных коммуникаций.

76. Технологии управления неформальными коммуникациями внутри организации и их характеристика. Инструменты контроля неформальных каналов коммуникации.

77. Эффективная внутриорганизационная коммуникация и ее показатели. Принципы эффективной внутриорганизационной коммуникации и их характеристика.

78. Условия эффективной внутриорганизационной коммуникации. Особенности регулирования информационных потоков в организации как управленческой технологии.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	экзамен ПК-1.3; ПК-6.1; ПК-7.1; ПК-7.4	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче экзамена - это повторение всего материала дисциплины. При подготовке к сдаче экзамена обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к экзамену, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к экзамену обучающийся вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу. Подготовка обучающегося к экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах (тестах) экзамена. Экзамен проводится по вопросам (тестам), охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.	1 «Отлично» Приводит точные определения основных понятий, правильно раскрывает содержание категорий. Доказательно объясняет закономерности развития, раскрывает причинно- следственные связи Демонстрирует полную самостоятельность суждений по отдельным проблемам Аргументирует авторскую позицию в полной мере Раскрывает на примерах изученные теоретические положения Демонстрирует глубокие и прочные знания в системе междисциплинарных связей Правильно раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью 2.«Хорошо» Допускает некоторые неточности при определении основных понятий и раскрытии содержания категорий. Допускает незначительные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно- следственных связей. Демонстрирует значительную самостоятельность суждений по отдельным проблемам. Аргументирует авторскую позицию в значительной степени. Допускает ошибки в примерах по изученным теоретическим положениям.

			Допускает неточности при интеграции знаний из междисциплинарных областей. Допускает некоторые неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью. Допускает существенные неточности или использует недостаточно правильные формулировки основных категорий. 3.»Удовлетворительно» Допускает существенные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных. Связей. Демонстрирует частичную самостоятельность суждений по отдельным проблемам.. Слабо аргументирует авторскую позицию. Испытывает затруднения при иллюстрации примерами теоретических положений. Испытывает затруднения при интеграции знаний из междисциплинарных областей. Допускает существенные неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью 4. «Не удовлетворительно» Не раскрывает содержания категорий. Отсутствует объяснение закономерностей развития, раскрытие причинно-следственных связей. Суждения по отдельным проблемам отсутствуют. Аргументация отсутствует. Примеры отсутствуют. Не использует знания из междисциплинарных областей. Не раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью
	2	Тестирование ПК-1.3; ПК-6.1; ПК-7.1; ПК-7.4	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов «отлично» - процент правильных ответов = > 80%; «хорошо» - процент правильных ответов = > 65%; «удовлетворительно» - процент правильных ответов = > 50%; «неудовлетворительно» - процент правильных ответов < 50%.

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Текущая аттестация обучающихся. Текущая аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами БИУБ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

- 1) учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- 2) степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
- 3) уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- 4) результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

Промежуточная аттестация обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с локальными нормативными актами БИУБ и является обязательной.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в виде **экзамена**

в период зачётно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к экзамену в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на экзамене определяется его учебными достижениями и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой дисциплины.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической картотеки); подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся

	включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает: • соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля; • валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить); • дифференциацию контрольно-измерительных материалов. Формы контроля самостоятельной работы: • просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; • организация самопроверки, • взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии; • проведение письменного опроса; • проведение устного опроса; • организация и проведение индивидуального собеседования; • организация и проведение собеседования с группой; • защита отчетов о проделанной работе.
Опрос	Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.
Коллоквиум	Коллоквиум (от латинского colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы. Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала. В рамках поставленной цели решаются следующие задачи: • выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала; • развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей; • расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся;

	• развитие навыков обобщения различных литературных источников; • предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу. В результате проведения коллоквиума преподаватель должен иметь представление: • качестве лекционного материала; • сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций; • сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий; • об уровне самостоятельной работы учащихся; • об умении обучающихся вести дискуссию и доказывать свою точку зрения; • степени эрудированности учащихся; • степени индивидуального освоения материала конкретными обучающимися. В результате проведения коллоквиума обучающийся должен иметь представление: • об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы; • недостатках самостоятельной проработки материала; • своем умении излагать материал; • своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения. В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума. В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой обучающиеся должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике. Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами обучающиеся сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.
Тестирование	Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса. Итоговое тестирование можно проводить в форме: • компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности; • письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а обучающийся на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов. Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у обучающихся было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче экзамена – это

	повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать экзамен. При подготовке обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка включает в себя три этапа: • самостоятельная работа в течение семестра; • непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамена по темам курса; • подготовка к ответу на задания, содержащиеся в билетах (тестах) экзамена. Для успешной сдачи экзамена обучающиеся должны принимать во внимание, что: • все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; • указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом; • семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, успешной сдаче экзамена; • готовиться к экзамену необходимо начинать с первой лекции и первого семинара.
--	--

**Фонд оценочных средств
по дисциплине: «Коммуникационный менеджмент»**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Брянск
2025

ОТВЕТЫ К ТЕСТУ:

1. A
2. A
3. Б
4. Б
5. Б
6. Б
7. Б
8. A
9. Г
10. B
11. A
12. B
13. B
14. Б
15. A
16. A
17. A
18. Б
19. B
20. B
21. B
22. Г
23. A
24. Б
25. Б
26. Б
27. B
28. Б
29. A
30. A
31. B
32. Б
33. A
34. Б
35. Б
36. B
37. Б
38. Б
39. B
40. B