Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.11.2026 19:00:48
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ, ЛИДЕРСТВА И МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного института инновационной экономики, лидерства и менеджмента
_____ А. А. Панарин
«12» октября. 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине:

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Направление подготовки
38.03.03 Управление персоналом
(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:
Организация труда и управление персоналом

Формы обучения: очная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Управление коммуникациями в организации». Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом, направленность (профиль): «Организация труда и управление персоналом»/ Н.А. Ларина – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Н.А. Ларина

Заведующий кафедрой _____/Л.И. Гончарова

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Управление коммуникациями в организации». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Зачет	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	Вопросы для подготовки к зачету

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Н.А. Ларина
Кафедра	Инновационного менеджмента и предпринимательства
Наименование дисциплины	Управление коммуникациями в организации
Факультет / институт	Международный институт инновационной экономики, лидерства и менеджмента
Направление подготовки / специальность	38.03.03 Управление персоналом
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	3–5
Общее время тестирования (мин)	45
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	152
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	*да*

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Знает правила осуществления деловых коммуникаций в устной и письменной формах на государственном и иностранном (ых) языке (ах) ИУК-4.2. Умеет осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (ых) языке (ах) ИУК-4.3. Владеет навыками осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном и иностранном (ых) языке (ах)

4. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между ролью корпоративных коммуникаций в организации и её содержанием. А) коммуникация как дополнительный атрибут; Б) коммуникация как инструмент управления; В) коммуникация как стратегический инструмент. 1) коммуникации используются для решения текущих задач управления; 2) коммуникации рассматриваются как второстепенная функция, обслуживающая основные процессы; 3) коммуникации встроены в разработку и реализацию стратегии организации. **2.** Расположите этапы коммуникационного менеджмента как процесса в логической последовательности. А) постановка целей; Б) определение проблемы; В) оценка результатов; Г) разработка концепции; Д) реализация. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Под паблицитным капиталом организации понимается: а) стоимость основных производственных фондов; б) капитал, формируемый за счёт положительной репутации и имиджа организации; в) уставный капитал; г) бюджет коммуникационной кампании.
Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между методом исследования и его содержанием. А) наблюдение; Б) контент-анализ; В) анкетный опрос; Г) интервью. 1) количественный анализ текстов с подсчётом частоты смысловых единиц; 2) целенаправленное восприятие поведения с фиксацией результатов; 3) устная беседа по заранее подготовленному плану; 4) письменное заполнение опросного листа. **2.** Расположите этапы программы коммуникологического исследования в логической последовательности. А) выбор методов и построение выборки; Б) определение проблемы и цели; В) подготовка отчёта; Г) сбор данных; Д) формулирование гипотез; Е) анализ и интерпретация данных. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Репрезентативность выборки означает: а) её случайный характер; б) соответствие структуры выборки структуре генеральной совокупности; в) её максимальный объём; г) использование только закрытых вопросов.
Тема 3. Типологические модели коммуникационного	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между моделью связей с общественностью (по Дж. Грюнигу) и её характеристикой. А) агентство по связям с прессой; Б) общественно значимая информация; В) двусторонняя

менеджмента	письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		асимметрия; Г) двусторонняя симметрия. 1) односторонняя коммуникация, цель — распространение информации; 2) двусторонняя коммуникация, цель — взаимное понимание и согласование интересов; 3) односторонняя коммуникация с обратной связью, цель — убеждение; 4) односторонняя коммуникация, цель — правдивое информирование. **2.** Расположите исторические модели управления коммуникациями в порядке их возникновения. А) двусторонняя симметрия; Б) пропаганда; В) интегрированные маркетинговые коммуникации; Г) информационная модель; Д) двусторонняя асимметрия. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Стратегия симметричного управления коммуникациями, предполагающая совместный поиск решения с учётом интересов сторон, называется стратегией: а) информирования; б) убеждения; в) диалоговой; г) достижения согласия.
Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между элементом коммуникативного процесса и его содержанием. А) коммуникатор; Б) сообщение; В) канал; Г) получатель. 1) средство передачи информации; 2) субъект, передающий информацию; 3) аудитория, которой адресована информация; 4) содержание, закодированное в знаковой форме. **2.** Расположите этапы коммуникационного менеджмента в кризисной ситуации в логической последовательности. А) разработка сообщений и выбор каналов; Б) мониторинг и раннее выявление кризиса; В) оценка и коррекция; Г) формирование антикризисной команды; Д) определение ключевых аудиторий; Е) реализация коммуникаций. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Ключевые аудитории в коммуникационном менеджменте — это: а) все получатели информации в равной степени; б) группы, от которых зависит достижение целей организации; в) только средства массовой информации; г) только сотрудники организации.
Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между видом цели в коммуникационном планировании и её содержанием. А) информационные цели; Б) цели отношения (установок); В) цели поведения. 1) изменение мнения и эмоционального отношения аудитории; 2) побуждение аудитории к определённому действию; 3) информирование аудитории о фактах и событиях. **2.** Расположите этапы планирования информационной кампании в логической последовательности. А) выбор аудитории; Б) определение целей; В) контроль и оценка; Г) составление бюджета; Д) выбор средств коммуникации; Е) планирование

			времени; Ж) реализация. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Классификация уровней стратегии (корпоративная, деловая, функциональная) предложена: а) И. Ансоффом; б) Дж. Грюнигом; в) С. Блэком; г) Э. Бернайсом.
Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между уровнем детерминации общественного мнения и его содержанием. А) уровень непосредственного отражения; Б) коммуникативный уровень; В) внутрисубъектный (личностный) уровень. 1) влияние личного опыта и установок индивида; 2) отражение событий через каналы массовой коммуникации; 3) прямое восприятие событий действительности. **2.** Расположите этапы формирования общественного мнения в логической последовательности. А) распространение через средства массовой информации; Б) возникновение интереса к проблеме; В) проявление в поведении; Г) обмен мнениями в первичных группах; Д) формирование устойчивой оценки. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Первичные информационные потоки в формировании общественного мнения — это: а) сообщения средств массовой информации; б) информация, исходящая непосредственно от организации и её сотрудников; в) слухи; г) рекламные сообщения.
Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между видом эффекта коммуникационной кампании и его содержанием. А) функциональный; Б) дисфункциональный; В) афункциональный. 1) эффект, не связанный с целями кампании; 2) эффект, соответствующий поставленным целям; 3) эффект, препятствующий достижению целей. **2.** Расположите этапы оценки эффективности коммуникационной кампании в логической последовательности. А) сравнение с плановыми значениями; Б) определение критериев и показателей; В) выводы и рекомендации; Г) сбор данных; Д) анализ причин отклонений. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Передача PR-функций на аутсорсинг целесообразна, если: а) организация обладает сильной собственной PR-службой; б) требуется редкое или узкоспециализированное сопровождение, а содержание штатных специалистов неэффективно; в) организация не имеет внешних аудиторий; г) отсутствует бюджет.
Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между видом информационного потока и его направлением. А) нисходящий; Б) восходящий; В) горизонтальный. 1) между подразделениями одного уровня; 2) от руководства к подчинённым; 3) от подчинённых к руководству.

	государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		**2.** Расположите этапы коммуникационного сопровождения сотрудника в логической последовательности. А) повышение квалификации; Б) подбор и приём на работу; В) увольнение; Г) адаптация; Д) продвижение по службе. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Слухи в организации относятся к: а) формальным нисходящим коммуникациям; б) неформальным коммуникациям; в) внешним коммуникациям; г) официальным документам.
Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между направлением коммуникационного менеджмента в промышленности и его содержанием. А) технологическое; Б) репутационно-имиджевое. 1) формирование и поддержание репутации, имиджа и отношений с целевыми аудиториями; 2) информационная поддержка производственных и технологических процессов. **2.** Расположите этапы выстраивания отношений с инвесторами в логической последовательности. А) подготовка материалов (отчёты, презентации); Б) определение целевых групп инвесторов; В) оценка результата; Г) формирование информационной политики; Д) регулярные коммуникации. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Лоббизм в системе коммуникационного менеджмента — это: а) реклама продукции; б) деятельность по продвижению интересов организации в органах государственной власти; в) внутренние коммуникации; г) спонсорство.
Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 (знать)	**1.** Установите соответствие между видом маркетинга и его содержанием. А) социальный маркетинг; Б) политический маркетинг. 1) деятельность по созданию, поддержанию и изменению поведения общественности по отношению к органам власти и политическим институтам; 2) деятельность органов власти по выявлению запросов граждан и улучшению их благосостояния. **2.** Расположите этапы информационного обеспечения деятельности органа власти в логической последовательности. А) подготовка сообщений; Б) определение информационных потребностей; В) мониторинг реакции; Г) сбор и обработка информации; Д) распространение через каналы. **3.** Выберите один правильный ответ и объясните свой выбор. Коммуникационный менеджмент в некоммерческом секторе наиболее эффективен при условии: а) ориентации на максимизацию прибыли; б) прозрачности деятельности и системной работы с целевыми аудиториями; в) отказа от взаимодействия со средствами массовой информации; г) закрытости информации.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

Ключи к тестовым заданиям:

№	Ответ	№	Ответ	№	Ответ
1	А–2, Б–1, В–3	2	Б, Г, А, Д, В	3	б
4	А–2, Б–1, В–4, Г–3	5	Б, Д, А, Г, Е, В	6	б
7	А–1, Б–4, В–3, Г–2	8	Б, Г, Д, А, В	9	г
10	А–2, Б–4, В–1, Г–3	11	Б, Г, Д, А, Е, В	12	б
13	А–3, Б–1, В–2	14	Б, А, Д, Е, Г, Ж, В	15	а
16	А–3, Б–2, В–1	17	Б, Г, А, Д, В	18	б
19	А–2, Б–3, В–1	20	Б, Г, А, Д, В	21	б
22	А–2, Б–3, В–1	23	Б, Г, А, Д, В	24	б
25	А–2, Б–1	26	Б, Г, А, Д, В	27	б
28	А–2, Б–1	29	Б, Г, А, Д, В	30	б

4.2 ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Практические задания должны отражать умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ).

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Сравните понятия «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями»: выделите критерии сравнения, заполните таблицу, определите границы управления коммуникациями. **2.** Проанализируйте роль корпоративных коммуникаций в конкретной организации по трём моделям (атрибут, инструмент управления, стратегический инструмент); определите, какая модель реализуется, и обоснуйте вывод.
Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Разработайте программу коммуникологического исследования для организации: проблема, цель, гипотезы, выборка, методы, инструментарий. **2.** Проведите контент-анализ трёх публикаций средств массовой информации об организации: определите единицы анализа, подсчитайте частоту, интерпретируйте результаты.
Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Сравните четыре модели связей с общественностью Дж. Грюнига по критериям: направление коммуникации, цель, характер обратной связи, примеры применения. **2.** Определите, какая стратегия симметричного управления коммуникациями (информирование, убеждение, диалоговая, достижение согласия) уместна в трёх заданных ситуациях; обоснуйте выбор.
Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Разработайте план коммуникаций в кризисной ситуации для организации: тип кризиса, ключевые аудитории, сообщения, каналы, ответственные, сроки. **2.** Составьте карту ключевых аудиторий организации и определите для каждой цели и каналы коммуникации.

Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Разработайте коммуникационную программу для организации: цели влияния и цели выхода, аудитории, каналы, тайминг, бюджет, показатели оценки. **2.** Составьте медиаплан информационной кампании: каналы, охват, частота, бюджет, критерии эффективности.
Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Проанализируйте кейс формирования общественного мнения: определите уровни детерминации, каналы, первичные и вторичные информационные потоки. **2.** Разработайте PR-текст (пресс-релиз) для заданной ситуации; обоснуйте его структуру и особенности.
Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Постройте схему организационной структуры отдела по коммуникациям для организации; распределите функции и должностные позиции. **2.** Оцените целесообразность передачи PR-функций на аутсорсинг по заданным критериям; оформите вывод в виде таблицы «за — против».
Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Разработайте программу внутренних коммуникаций для организации: каналы, периодичность, ответственные, показатели эффективности. **2.** Проанализируйте кейс распространения слухов в коллективе: определите причины, предложите меры по управлению неформальными коммуникациями.
Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**1.** Определите задачи и направления коммуникационного менеджмента для промышленного предприятия; составьте план работы с инвесторами и местным сообществом. **2.** Проанализируйте роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия на примере кейса.
Тема 10. Коммуникаци	УК-4. Способен осуществлять	И У К - 4 . 2 (уметь);	**1.** Разработайте план информационного обеспечения деятельности органа власти по

онный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 3 (владеть)	заданной проблеме. **2.** Сравните социальный и политический маркетинг по критериям: цель, объект, инструменты, критерии эффективности.

Критерии оценивания практических занятий:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы содержат несколько практических заданий по индивидуальным вариантам, в полном объеме охватывающих изученный материал по указанной теме (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ). Выполнение контрольных работ позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы
Тема 1. Коммуникационный	УК-4. Способен осуществлять деловую	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3	**Задание 1.** Раскройте сущность понятий «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями», покажите их соотношение.

менеджмент и его роль в управлении организацией	коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	(владеть)	**Задание 2.** Охарактеризуйте роль корпоративных коммуникаций в организации и понятие паблицитного капитала.
Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Охарактеризуйте методы исследования в коммуникационном менеджменте и условия их применения. **Задание 2.** Раскройте принципы составления программы коммуникологического исследования и требования к выборке.
Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Сравните исторические модели управления коммуникациями. **Задание 2.** Охарактеризуйте модели связей с общественностью Дж. Грюнига и стратегии симметричного управления коммуникациями.
Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Раскройте структуру коммуникативного процесса и принципы его организации на предприятии. **Задание 2.** Охарактеризуйте информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях разных типов.
Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Раскройте задачи коммуникационного менеджмента в стратегическом планировании организации. **Задание 2.** Охарактеризуйте виды целей и принципы планирования информационной кампании.
Тема 6. Формирование положительного	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Раскройте характеристики общественного мнения и уровни его детерминации. **Задание 2.** Охарактеризуйте технологии формирования общественного мнения и

общественного мнения об организации	письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		особенности PR-текстов.
Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Раскройте функции и организационную структуру отдела по коммуникациям. **Задание 2.** Охарактеризуйте виды эффективности коммуникационного менеджмента и методы её измерения.
Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Раскройте виды информационных потоков и правила организации нисходящих коммуникаций. **Задание 2.** Охарактеризуйте влияние организационной культуры на коммуникационные процессы в организации.
Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Раскройте задачи и направления коммуникационного менеджмента в промышленности и бизнесе. **Задание 2.** Охарактеризуйте отношения организации с инвесторами, конкурентами и органами власти; понятие лоббизма.
Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 2 (уметь); И У К - 4 . 3 (владеть)	**Задание 1.** Раскройте особенности коммуникационного менеджмента в органах государственной власти. **Задание 2.** Охарактеризуйте социальный и политический маркетинг, условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.

Критерии оценивания контрольной работы:

Оценка	Критерии оценивания

отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя.
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.4. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (индикаторы ЗНАТЬ, УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ – на выбор) включает в себя проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборка нормативного и иного материала и выполнение других заданий.

Тема	**Код и формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**	**Типовой вариант самостоятельной работы**
Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте глоссарий по теме (не менее 15 терминов) с указанием источника определения. **2.** Подготовьте доклад-презентацию о роли коммуникаций в управлении организацией.
Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте таблицу «Методы коммуникологических исследований: возможности и ограничения». **2.** Разработайте анкету для коммуникологического опроса (не менее 12 вопросов).

	языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте сводную таблицу моделей связей с общественностью (автор, основание, характеристика). **2.** Подготовьте доклад о теории паблик рилейшнз Э. Бернайса.
Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте схему коммуникативного процесса с указанием элементов и обратной связи. **2.** Разработайте памятку «Правила коммуникации в кризисной ситуации».
Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте таблицу «Виды коммуникационных стратегий» с примерами применения. **2.** Подготовьте доклад о медиапланировании в коммуникационном менеджменте.
Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте схему «Уровни детерминации общественного мнения». **2.** Подберите три PR-текста и проанализируйте их структуру и особенности.
Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте перечень должностных позиций отдела корпоративной коммуникации с указанием функций. **2.** Подготовьте доклад о модели личностно-деловых качеств PR-менеджера (В.М. Шепель).

	иностранном(ых) языке(ах)		
Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте схему информационных потоков организации (нисходящие, восходящие, горизонтальные). **2.** Подготовьте памятку «Внутренние средства массовой коммуникации организации».
Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте таблицу «Функции корпоративного коммуникационного менеджмента». **2.** Подготовьте доклад о роли отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента.
Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	И У К - 4 . 1 ; И У К - 4 . 2 ; ИУК-4.3	**1.** Составьте таблицу «Задачи информационного обеспечения деятельности органов власти». **2.** Подготовьте доклад о социальном маркетинге в деятельности органов государственной власти.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	выставляется если работа носит научно-исследовательский характер, проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
хорошо	выставляется если проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
удовлетворительно	выставляется если проведен сравнительный анализ научно-методической литературы, приведены примеры
неудовлетворительно	выставляется если работа прошла проверку на антиплагиат и соответствует требованиям оформления

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета (устное собеседование по вопросам).

5.1. Вопросы к зачету:

1. Понятие коммуникации и её роль в управлении организацией.
2. Дискуссионность понятий «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями».
3. Основные участники коммуникационного процесса в организации.
4. Специфика подходов к коммуникационному менеджменту.
5. Роль корпоративных коммуникаций: коммуникация как атрибут, инструмент управления и стратегический инструмент.
6. Основные принципы организации управления коммуникациями.
7. Границы управления коммуникациями.
8. Управление коммуникациями в связях с общественностью.
9. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием.
10. Понятие коммуникационной политики организации.
11. Репутация и имидж как механизм позиционирования организации; паблицитный капитал.
12. Роль корпоративной культуры в наращивании паблицитного капитала.
13. Понятие и типы коммуникологических исследований.
14. Методы исследования в коммуникационном менеджменте.
15. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
16. Проблемы количественной и качественной репрезентации.
17. Условия надёжности опросов.
18. Принципы коммуникационного аудита.
19. Теория паблик рилейшнз Э. Бернайса.
20. Исторические модели управления коммуникациями.
21. Модели связей с общественностью Дж. Грюнига.
22. Коммуникации асимметричные и симметричные, информирующие и убеждающие.
23. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями.
24. Ситуационная модель управления коммуникациями.
25. Коммуникативный процесс и его структура.
26. Понятие ключевых аудиторий.
27. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом.
28. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях.
29. Типология кризисных ситуаций и план отношений с общественностью в экстремальных условиях.
30. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте.
31. Коммуникации стратегий разных уровней (по И. Ансоффу).
32. Виды коммуникационных стратегий; цели влияния и цели выхода.
33. Принципы планирования информационной кампании.
34. Медиапланирование в коммуникационном менеджменте.
35. Общественное мнение и его характеристики.
36. Уровни детерминации общественного мнения.
37. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации.
38. Виды эффективности коммуникационного менеджмента и методы её измерения.
39. Внутренний коммуникационный менеджмент: виды информационных потоков.
40. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе.
41. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских

некоммерческих организациях.

42. Социальный и политический маркетинг в деятельности органов власти.

Критерии оценивания зачета:

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Задания для диагностической работы должны обеспечивать оценку полностью или частично сформированных компетенций. Каждое задание должно быть привязано к тому или иному индикатору сформированности компетенций.

При формировании заданий для диагностической работы необходимо использовать тестовые задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Все типы заданий должны быть представлены не менее одного раза.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Задание	
					Вариант 1	**Вариант 2**
1	Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией	УК-4	ИУК-4.1	Тип 1	Установите соответствие между ролью коммуникаций и её содержанием: А) атрибут; Б) инструмент управления; В) стратегический инструмент. 1) коммуникации встроены в реализацию стратегии; 2) коммуникации обслуживают основные процессы; 3) коммуникации решают текущие задачи управления.	Установите соответствие между понятием и его содержанием: А) коммуникационный менеджмент; Б) паблицитный капитал; В) коммуникационная политика. 1) капитал, формируемый за счёт репутации и имиджа; 2) система принципов и правил организации коммуникаций; 3) управление коммуникациями для достижения целей организации.
2	Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	УК-4	ИУК-4.1	Тип 2	Расположите в правильной последовательности этапы программы коммуникологического исследования: А) сбор данных; Б) определение проблемы и цели; В) подготовка отчёта; Г) формулирование гипотез; Д) анализ данных.	Расположите в правильной последовательности этапы контент-анализа: А) подсчёт частоты единиц; Б) определение единиц анализа; В) интерпретация результатов; Г) отбор текстов; Д) выделение смысловых единиц.
3	Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента	УК-4	ИУК-4.1	Тип 3	Выберите один правильный ответ и объясните его. Модель связей с общественностью, предполагающая двустороннюю коммуникацию и достижение взаимного понимания, называется: а) агентство по связям с прессой; б) общественно значимая информация; в) двусторонняя асимметрия; г) двусторонняя	Выберите один правильный ответ и объясните его. Стратегия симметричного управления, основанная на совместном поиске решения, называется стратегией: а) информирования; б) убеждения; в) диалоговой; г) достижения согласия.

					симметрия.	
4	Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	УК-4	ИУК-4.2	Тип 4	Выберите несколько правильных ответов и объясните выбор. К элементам коммуникативного процесса относятся: 1) коммуникатор; 2) сообщение; 3) канал; 4) бюджет; 5) получатель.	Выберите несколько правильных ответов и объясните выбор. К ключевым аудиториям организации относятся: 1) персонал; 2) инвесторы; 3) органы власти; 4) конкуренты из других отраслей; 5) местное сообщество.
5	Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	УК-4	ИУК-4.2	Тип 5	Разработайте коммуникационную программу для организации: цели влияния и цели выхода, аудитории, каналы, тайминг, бюджет, показатели оценки.	Составьте медиаплан информационной кампании: каналы, охват, частота, бюджет, критерии эффективности.
6	Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации	УК-4	ИУК-4.1	Тип 3	Выберите один правильный ответ и объясните его. Первичные информационные потоки — это информация: а) исходящая от средств массовой информации; б) исходящая непосредственно от организации и её сотрудников; в) распространяемая в виде слухов; г) рекламная.	Выберите один правильный ответ и объясните его. Уровень детерминации общественного мнения, связанный с влиянием личного опыта индивида, называется: а) уровнем непосредственного отражения; б) коммуникативным; в) внутрисубъектным (личностным); г) массовым.
7	Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	УК-4	ИУК-4.2	Тип 4	Выберите несколько правильных ответов и объясните выбор. К функциям отдела по коммуникациям относятся: 1) взаимодействие со СМИ; 2) внутренние коммуникации; 3) ведение бухгалтерского учёта; 4) управление репутацией; 5) расчёт заработной платы.	Выберите несколько правильных ответов и объясните выбор. К видам эффектов коммуникационной кампании относятся: 1) функциональные; 2) дисфункциональные; 3) афункциональные; 4) бюджетные; 5) административные.
8	Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	УК-4	ИУК-4.3	Тип 5	Разработайте программу внутренних коммуникаций для организации: каналы, периодичность, ответственные, показатели эффективности.	Проанализируйте ситуацию распространения слухов в коллективе: определите причины и предложите меры по управлению неформальными коммуникациями.
9	Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	УК-4	ИУК-4.3	Тип 5	Составьте план работы с инвесторами для промышленного предприятия: целевые группы, информационная политика, материалы, периодичность, оценка результата.	Определите задачи и направления коммуникационного менеджмента для промышленного предприятия; обоснуйте выбор приоритетных направлений.
10	Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	УК-4	ИУК-4.3	Тип 3	Выберите один правильный ответ и объясните его. Деятельность органов власти по выявлению запросов граждан и улучшению их благосостояния — это: а) политический маркетинг; б) социальный маркетинг; в) лоббизм; г) спонсорство.	Выберите один правильный ответ и объясните его. Деятельность по созданию, поддержанию и изменению поведения общественности по отношению к органам власти — это: а) социальный маркетинг; б) политический маркетинг; в) PR-кампания; г) медиапланирование.