

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.03.2026 19:39:10
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e0339d988ec1c5bb2f5eb80e29abfed7f4798f447



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

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ,
ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**

УТВЕРЖДЕНО:

И.О. Директора международного института
журналистики, телевидения и
медиакоммуникаций
_____/Ю.В. Шуйская/
«23» декабря 2025 г

Рабочая программа дисциплины
Коммуникативный
менеджмент

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.04.02 Журналистика
(уровень магистратуры)

Направленность/профиль «Медиаменеджмент»

Форма обучения очная / заочная

Москва

Рабочая программа дисциплины «Коммуникативный менеджмент». Направление подготовки\специальность 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры). Направленность/профиль «Медиаменеджмент» / сост. д.ф.н. Ларина Н. А. М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 22 с.

Рабочая программа составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 529 и Профессиональных стандартов «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. № 608н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2015 г., регистрационный № 38993), «Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 332н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 10 июля 2014 г., регистрационный № 33049), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230), «Редактор средств массовой информации» от «04» августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «28» августа 2014 г., регистрационный № 33899).

Разработчики:

д.ф.н. Ларина Н. А.

Ответственный рецензент:

Грабельников А.А., профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук
(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы 23 декабря 2025, протокол № 3.

Заведующий кафедрой _____/д.ф.н., проф. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____/О.Е. Стёпкина/
(подпись)

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Коммуникативный менеджмент представляет собой теорию и практику управления социальными коммуникациями как внутри организации, так и между организацией и ее средой, с целью осуществления оптимально благоприятных для организации коммуникационных процессов, формирования и поддержания имиджа и общественного мнения, достижения согласия, сотрудничества и признания.

Появление и развитие коммуникационного менеджмента вызвано растущей потребностью регулирования взаимодействия сотрудников, уменьшением дистанции между организацией и ее целевыми группами, ростом социальной и экономической значимости корпоративной идентичности и организационной культуры.

Целью дисциплины является формирование у магистрантов системы знаний и целостного представления о сущности коммуникационного менеджмента как одного из инновационных видов управленческой деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.).

Задачи дисциплины:

1. Определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности.
2. Изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования.
3. Рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций.
4. Поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов.
5. Оценка разнообразия коммуникационных технологий.
6. Применение концептуальных основ коммуникационного менеджмента к различным сферам PR-деятельности.

Курс является практически ориентированным. Основной формой обучения являются занятия комбинированного типа, которые помимо теоретической части включают в себя открытые дискуссии по основополагающим проблемам коммуникационного менеджмента, а также по особенностям коммуникационной деятельности конкретных организаций.

Раздел 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Знает как организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ИУК-3.2. Умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ИУК-3.3. Владеет навыками организации и руководства работой команды, выработки командной стратегии для достижения поставленной цели
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных	ИОПК-1.1. Знает нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем. ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией

	обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
--	--	--

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Коммуникативный менеджмент» изучается очной и заочной группами в 3 семестре, входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е.

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

Трудоемкость дисциплины и виды учебной нагрузки

на очной форме обучения

Семестр 3										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
6	216	16		32				159		9 Зачет с оценкой

на заочной форме обучения

Семестр 3										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
6	216	8		10				189		9 Зачет с оценкой

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
3 семестр								
Тема 1. Предмет и содержание коммуникативного менеджмента. Коммуникативный менеджмент и корпоративные коммуникации	4		8		40			52
Тема 2. Коммуникативный менеджмент и корпоративная идентичность.	4		8		40			52
Тема 3. Направления коммуникативного менеджмента	4		8		40			52
Тема 4. Организационные основы управления коммуникациями. Коммуникационная политика организации	4		8		39			51
Контроль							9	9
Итого	16		32		159		9	216

Заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
3 семестр								
Тема 1. Предмет и содержание коммуникативного менеджмента. Коммуникативный менеджмент и корпоративные коммуникации	2		4		50			56
Тема 2. Коммуникативный менеджмент и корпоративная идентичность.	2		2		50			54
Тема 3. Направления коммуникативного менеджмента	2		2		50			54
Тема 4. Организационные основы управления коммуникациями. Коммуникативная политика организации	2		2		39			43
Контроль							9	9
Итого	8		10		189		9	216

Структура и содержание дисциплины

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<p>Тема 1. Предмет и содержание коммуникативного менеджмента. Коммуникативный менеджмент и корпоративные коммуникации</p>	<p>Понятие «коммуникация» и «коммуникации». Предмет и объект теории коммуникации. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом.</p> <p>Коммуникационный менеджмент: основные положения и базовые характеристики. Понятие коммуникационного менеджмента. Содержание деятельности коммуникационного менеджмента.</p> <p>Корпоративные коммуникации как предмет коммуникационного менеджмента. Объекты и субъекты корпоративных коммуникаций. Гуманитарный смысл, прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента. Специфика функций коммуникационного менеджмента. Коммуникации как объект управления. Основное содержание коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационного менеджмента. Социальный коммуникационный менеджмент. Коммуникационный процесс и информационные технологии. Перспективы развития коммуникационного менеджмента.</p> <p>Специфика целевых аудиторий. Корпоративные коммуникации. Целевые группы коммуникационного менеджмента. Виды публичного общения. Стратегии взаимодействия. Цели публичного общения. Глубина и действенность PR-воздействия. Средства публичной коммуникации. Классификация средств публичной коммуникации. Методы коммуникативного воздействия. Типологические модели коммуникационного менеджмента. Концепции пропаганды, теории «паблик рилейшнз» по Айви Ли, Э.Бернайсу, С.Блэку, Дж.Грюнигу.</p>
<p>Тема 2. Коммуникативный менеджмент и корпоративная идентичность.</p>	<p>Специфика корпоративной идентичности. Понятие корпоративной идентичности. Человек в поисках идентичности. Субъекты корпоративной идентичности. Корпоративная культура. Корпоративное поведение. Корпоративная философия. Пути и методы формирования корпоративной идентичности. Измерение и диагностика корпоративной идентичности.</p> <p>Формирование и продвижение корпоративного имиджа. Понятие имиджа. Имидж организации и имидж персоны. Структура и содержание корпоративного имиджа. Имидж продукта. Имидж руководителя. Имидж потребителя. Имидж вида деятельности. Базовые понятия имиджологии. Законы формирования имиджа. Функционал имиджа. Имиджмейкинг. Использование коммуникации и информации в процессе формирования корпоративного имиджа. Деловая репутация.</p> <p>Корпоративный дизайн и фирменный стиль. Понятие корпоративного дизайна. Логотип. Слоган. Фирменный цвет. Графические символы. Объекты корпоративного дизайна. Деловая документация. Интернет-дизайн. Оформление транспорта. Упаковка товара. Сувениры. Спецодежда. Наружная реклама. Корпоративная архитектура</p>
<p>Тема 3. Направления коммуникативного менеджмента</p>	<p>Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п.</p>

	<p>Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.</p> <p>Коммуникационные каналы.</p> <p>Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности.</p> <p>Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации.</p> <p>Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах</p> <p>Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом</p>
<p>Тема 4. Организационные основы управления коммуникациями.</p> <p>Коммуникационная политика организации</p>	<p>Содержание коммуникационной политики организации. Уровни организационной среды. Внешние и внутренние коммуникации.</p> <p>Средства внутриорганизационных коммуникаций. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента и связей с общественностью на разных уровнях организационной среды. Паблик рилейшнз в управлении персоналом. Организация коммуникаций с инвесторами.</p> <p>Взаимодействие с акционерами. Инструменты финансовых коммуникаций. Отношения с государственной властью и органами местного самоуправления. Лоббирование. Взаимодействие с потребителями. Экологические коммуникации. Коммунальные связи.</p> <p>Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций. Коммуникационная стратегия организации. Анализ коммуникационной ситуации. Управление корпоративными коммуникациями. Организация работы отдела корпоративных коммуникаций и PR. Кризисные коммуникации. Планирование, проведение и бюджет PR кампаний. Визуальные и электронные средства по связям с общественностью. Письменные, аудиовизуальные, устные, культурно-массовые, мотивационные, кооперационные средства корпоративных коммуникаций. История и юбилей предприятия (продукта).</p> <p>Формы и методы связей с общественностью. Организация специальных и представительских мероприятий. Презентации. Юбилей и событийные мероприятия. Церемонии открытий. Вручение специальных премий. Организация конференций. «Круглые столы». Дни открытых дверей. Экскурсии. Спонсорство. Выставки и торговые ярмарки</p>

Занятия семинарского типа (Семинарские занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в

отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема 2. Коммуникативный менеджмент и корпоративная идентичность.

1. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п.
2. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями. Коммуникационные каналы.
3. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности.

Тема 3. Направления коммуникативного менеджмента

1. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации.
2. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах
3. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом

Тема 4. Организационные основы управления коммуникациями. Коммуникационная политика организации

1. Содержание коммуникационной политики организации. Уровни организационной среды. Внешние и внутренние коммуникации. Средства внутриорганизационных коммуникаций.
2. Технологии коммуникационного обеспечения и средства корпоративных коммуникаций. Коммуникационная стратегия организации.
3. Управление корпоративными коммуникациями. Письменные, аудиовизуальные, устные, культурно-массовые, мотивационные, кооперационные средства корпоративных коммуникаций. Формы и методы связей с общественностью.

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы. Формы самостоятельной работы могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование, написание эссе.

Самостоятельная работа

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Предмет и содержание коммуникативного менеджмента. Коммуникативный менеджмент и корпоративные коммуникации	Усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно-методической и научной литературе и/или по конспекту лекции. Выполнение устных упражнений. Выполнение письменных упражнений и практических работ. Подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий. Выполнение творческих работ.
Тема 2. Коммуникативный менеджмент и корпоративная идентичность.	
Тема 3. Направления коммуникативного менеджмента	
Тема 4. Организационные основы управления коммуникациями. Коммуникационная политика организации	

5.1. Темы эссе¹

1. Основные принципы организации управления коммуникациями.
2. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента.
3. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.
4. Понятие репутации и ее роль в корпоративном управлении. Репутационный менеджмент.
5. Репутация как накопление публичного капитала.
6. Корпоративная культура. Формирование корпоративной культуры инструментами публичных релейшнз.
7. Роль корпоративной культуры, положительного имиджа организации в наращивании публичного капитала.
8. Понятие лоббизма, его основные формы и методы.
9. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.
10. Коммуникационный менеджмент в органах законодательной власти.
11. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций.
12. Особенности коммуникационного менеджмента в работе с персоналом.
13. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом.
14. Формирование у персонала чувства принадлежности к предприятию
15. Коммуникационная политика организации по отношению к неформальной коммуникации
16. Внутренние средства коммуникации: специфика, разнообразие, функции.
17. Кризисный менеджмент и принципы коммуникации в экстремальных условиях.
18. Взаимодействие со СМИ: двусторонняя коммуникация.
19. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
20. Роль взаимодействия со СМИ при проведении коммуникационных кампаний.
21. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия.
22. Коммуникационные инструменты формирования бренда
23. Презентации, выставки и торговые ярмарки как корпоративные коммуникации
24. Формирование и продвижение корпоративного имиджа
25. Коммуникационная политика международных корпораций на фоне глобализации

¹ Перечень тем не является исчерпывающим. Студент может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Здесь предлагаются, в том числе, тесты для непрофессионального использования. Результаты не могут быть использованы в качестве оценочных средств процесса обучения, однако предлагаемый материал помогает расширению «внутреннего кругозора», развитию самокритики, источника идей для самосовершенствования; призван мотивировать на получение новых знаний, навыков и умений.

Задание 1. Концепция CRM

Современные обучающиеся активно используют для получения информации мобильную связь и Интернет. Поддержание коммуникации с обучающимися – важный аспект маркетинга взаимоотношений, а грамотное использование этого инструмента укрепляет имидж образовательного учреждения. Вовлечение обучающихся в жизнь вуза (участие в конкурсах, различных мероприятиях и т.п.) будет способствовать повышению их лояльности.

Задание: разработать новую систему каналов коммуникации между вузом и обучающимися.

1. Придумайте оригинальные и максимально эффективные каналы коммуникаций между обучающимися и вузом.
2. Аргументируйте свою идею.
3. Представьте проект вашей идеи для обсуждения в форме презентации в программе MicrosoftPowerPoint.

Задание 2. Дайте обоснованный ответ на следующий вопрос:

Как вы объясните тот парадокс, что научно-техническая революция вызывает усиление гуманитарного образования?

Задание 3. Пройдите Тест Ряховского: «Оценка уровня общительности, коммуникативности». Подготовьте мини-заключение о возможности использования данного теста в процедуре оценки компетенций менеджера среднего звена.

Инструкция: *Вашему вниманию предлагается несколько простых вопросов. Отвечайте быстро, однозначно: «да», «нет», «иногда».*

№	Вопросы	«да»	«нет»	«иногда»
1	Вам предстоит ordinaria или деловая встреча. Выбывает ли Вас ее ожидание из колеи?			
2	Вызывает ли у Вас смятение и неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании или тому подобном мероприятии?			
3	Не откладываете ли Вы визит к врачу до последнего момента?			
4	Вам предлагают выехать в командировку в город, где Вы никогда не бывали. Приложите ли Вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки?			
5	Любите ли Вы делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?			
6	Раздражаетесь ли Вы, если незнакомый человек на улице обратится к Вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на какой-то вопрос)?			
7	Верите ли Вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?			

8	Постесняетесь ли Вы напомнить знакомому, что он забыл Вам вернуть деньги, которые занял несколько месяцев назад?			
9	В ресторане либо в столовой Вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли Вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?			
10	Оказавшись один на один с незнакомым человеком, Вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он. Так ли это?			
11	Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была (в магазине, библиотеке, кассе кинотеатра). Предпочитаете ли Вы отказаться от своего намерения или встанете в хвост и будете томиться в ожидании?			
12	Боитесь ли Вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?			
13	У Вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, искусства, культуры и никаких чужих мнений на этот счет Вы не приемлете. Это так?			
14	Услышав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному Вам вопросу, предпочитаете ли Вы промолчать и не вступать в разговор?			
15	Вызывает ли у Вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе или учебной теме?			
16	Охотнее ли Вы излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменной форме, чем в устной?			

Ключ:

«да» – 2 очка, «иногда» – 1 очко, «нет» – 0 очков. Полученные очки суммируются.

Сумма баллов 30–31. Вы явно некоммуникабельны, и это Ваша беда, так как больше всего страдаете от этого Вы сами. Но и близким Вам людям нелегко. На Вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь быть общительнее, контролируйте себя.

Сумма баллов от 25 до 29. Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, поэтому у Вас мало друзей. Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергают Вас в панику, то надолго выводят из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не ограничивайтесь только таким недовольством – в Вашей власти переломить эти особенности характера. Разве не бывает, что при какой-либо сильной увлеченности Вы приобретаете вдруг полную коммуникабельность? Стоит только встряхнуться.

Сумма баллов от 19 до 24. Вы в известной степени общительны и в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы Вас не пугают. И все же с новыми людьми сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно. В Ваших высказываниях порой слишком много сарказма, без всякого на то основания. Эти недостатки исправимы.

Сумма баллов от 14 до 18. У вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно терпеливы Вы в общении, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идете на встречу с новыми людьми. В то же время не любите шумных компаний; экстравагантные выходки и многословие вызывают у Вас раздражение.

Сумма баллов от 9 до 13. Вы весьма общительны (порой, быть может, даже сверх меры). Любопытны, разговорчивы, любите высказываться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего Вам недостает, так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, Вы можете себя заставить не отступать.

Сумма баллов от 4 до 8. Вы, должно быть, «рубаха-парень». Общительность бьет из Вас ключом. Вы всегда в курсе всех дел. Вы любите принимать участие во всех дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у Вас мигрень или даже хандру. Охотно берете слово по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке. Беретесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца. По этой самой причине руководители и коллеги относятся к Вам с некоторой опаской и сомнениями. Задумайтесь над этими фактами.

Сумма баллов 3 и менее. Ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорите Вы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к Вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых совершенно не компетентны. Вольно или невольно Вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в Вашем окружении. Вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Серьезная работа не для Вас. Людям – и на работе, и дома, и вообще повсюду – трудно с Вами. Да, Вам надо поработать над собой и своим характером! Прежде всего, воспитывайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительно относитесь к людям, наконец, подумайте о своем здоровье – такой стиль жизни не проходит бесследно.

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице.

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели		
ИУК-3.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-3.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-3.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем		
ИОПК-1.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

ИОПК-1.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИОПК-1.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

6.2. Типовые вопросы и задания

Перечень вопросов

1. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента.
2. Предмет и объект коммуникационного менеджмента.
3. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.
4. Основные типы коммуникации.
5. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика организации.
6. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллектива и личности.
7. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом
8. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента.
9. Основные этапы коммуникационного процесса в организации.
10. Обратная связь в коммуникации.
11. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникационной среды.
12. Коммуникативное пространство.
13. Организация управления коммуникативным пространством.
14. Коммуникативная структура организации.
15. Виды, формы и стили общения коммуникатора.
16. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте.
17. Содержание ключевых проблем PR-деятельности.
18. Основные характеристики репутационных технологий.
19. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.
20. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации
21. Структура коммуникационной программы.
22. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.
23. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации.
24. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций.
25. Понятия политический маркетинг, социальный маркетинг. Привести примеры их деятельности.
26. Методы сбора социальной информации в коммуникационном менеджменте.
27. Понятия лоббизм, спонсорство, меценатство.
28. Системный подход в коммуникационном менеджменте.
29. Процесс принятия решений в коммуникационном менеджменте.
30. Коммуникационный менеджмент в некоммерческой сфере.
31. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
32. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
33. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.
34. Цели кризисного менеджмента. Ошибки при реагировании на кризис. Недостатки работы в PR- службы в кризисной ситуации.
35. Схема коммуникаций в кризисной ситуации.
36. Национальный характер и его отражение в коммуникационном менеджменте.
37. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.

38. Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации.
 39. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности.
 40. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия, проблемы реализации.

6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий, из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
УК-3	<p>1. Коммуникация как универсальное понятие - это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) взаимодействие между людьми 2) взаимодействие между животными 3) технические средства связи 4) все виды информационного обмена в природе и обществе. <p>2. Определенный уровень индивидуальных коммуникативных способностей человека, сформировавшихся в условиях непосредственного человеческого взаимодействия, называется:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) корпоративная культура 2) коммуникативная компетентность 3) интеллектуальный потенциал 4) общительность
ОПК-1	<p>3. Основными препятствиями на пути повышения эффективности межличностных коммуникаций в менеджменте являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) различная компетентность партнеров по коммуникациям 2) информационная перегрузка менеджеров 3) семантические барьеры 4) неудовлетворительная структура организации 5) невербальная информация

6.4. Оценочные шкалы

6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
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.

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
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.

6.4.2. Тестирование

Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос – это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованное собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программой учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

7.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (*Casestudy*) – метод анализа реальной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература²

Коно валенко, М. Ю. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 466 с. — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510845>

Ратников, В. П. Деловые коммуникации: учебник для вузов / В. П. Ратников ; отв. ред. В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 459 с. — ISBN 978-5-534-15744-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509587>

Дополнительная литература³

Дзялошинский, И. М., Пильгун, М. А. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 433 с. — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497799>

8.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

8.1.1. Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей). В Университете имеются специализированные аудитории для проведения занятий по информационным технологиям.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

Электронная информационно-образовательная среда Университета включает:

1. Официальный сайт Университета (<https://www.iile.ru/>)
2. Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)
3. Программы для ЭВМ. Система дистанционного обучения «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>

² Из ЭБС университета

³ Из ЭБС университета

4. Программа для ЭВМ. Виртуальная комната «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>
5. Система тестирования INDIGO лицензионное соглашение (Договор от 07.11.2018 г. №Д-54792, дополнительное соглашение № Д-5479/6 о пролонгации договора до 01.06.2026г.) <http://212.48.35.211:85/>

8.1.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

8.1.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)
2. Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.) <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027г.) <https://elibrary.ru>

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся:

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.