Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.11.2026 18:56:05
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.

Рабочая программа дисциплины

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Направление подготовки
38.03.03 Управление персоналом
(уровень – бакалавриат)

Направленность/профиль:
«Управление персоналом организации»

Формы обучения: очная

Москва

Рабочая программа 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

Рабочая программа дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 955 и Профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом» от «09» марта 2022 г. № 109н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «11» апреля 2022 г., регистрационный № 68193), Профессиональный стандарт «Специалист по подбору персонала (рекрутер)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «09» октября 2015 г. № 717н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «09» ноября 2015 г., регистрационный № 39628).

Разработчики: Н.А. Ларина, к.ф.н., профессор

Ответственный рецензент: Кирилюк О.М., заместитель начальника УМУ, начальник Учебного отдела, доцент кафедры менеджмент, маркетинг и коммерция ФГБОУ ВО «Омский государственный университет путей сообщения»"

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства 12.10.2026 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой _____/Л.И. Гончарова

Согласовано от Библиотеки _____/О.Е. Стёпкина

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление коммуникациями в организации» является формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний об управлении коммуникациями в современных условиях, а также практических умений и навыков организации эффективного коммуникационного процесса в организации.

Задачами освоения дисциплины являются:

– формирование общих представлений об основных принципах организации управления коммуникациями в организации и типологических моделях коммуникационного менеджмента;
– изучение методов исследования в коммуникационном менеджменте;
– освоение принципов организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии;
– формирование знаний об основных принципах обеспечения эффективности работы отдела по коммуникациям в организации;
– приобретение умений и навыков использования современных информационных технологий и программных средств при решении задач управления коммуникациями.

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

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)

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловые коммуникации и этика» изучается студентами очной и очно-заочной форме относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» образовательной программы по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, направленность (профиль): «Организация труда и управление персоналом».

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

Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

з.е.	Итого	Лекции	Практические занятия	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа	Текущий контрол	Контроль, промежуточная аттестация

						ь	
3 семестр							
4	144	32	32		44		36 Экзамен

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией	4	4	6	–	–	7
Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	4	4	6	–	–	7
Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента	4	4	4	–	–	7
Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	4	4	4	–	–	7
Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	4	4	4	1	–	8
Тема 6. Формирование положительного общественного мнения об организации	4	4	4	–	–	7
Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	2	2	4	–	–	7
Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	2	2	4	1	–	9
Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	2	2	4	–	–	6
Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	2	2	4	–	–	5
Промежуточная аттестация (зачет)	–	–	–	–	36	36
Итого	**32**	**32**	**44**		**36**	**144**

Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела / темы	Содержание темы
1	Тема 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении	Дискуссионность понятия «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями», сфера их применения, характеристика основных участников. Сущность коммуникации и управление ею. Специфика различных подходов к коммуникационному менеджменту. Роль корпоративных коммуникаций в организации: коммуникация как дополнительный атрибут; коммуникация как инструмент управления; коммуникация как стратегический инструмент. Основные

№ п/п	Наименование раздела / темы	Содержание темы
	организацией	принципы организации управления коммуникациями. Суть коммуникационного менеджмента и сфера его применения. Границы управления коммуникациями. Управление коммуникациями в связях с общественностью и коммуникационном менеджменте. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием. Проблемы разграничения управления и манипулирования. Общее понятие о коммуникационной политике. Репутация и положительный имидж организации как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации и паблицитного капитала. Роль корпоративной культуры в наращивании паблицитного капитала.
2	Тема 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте	Понятие и типы коммуникологических исследований. Методы исследования в коммуникационном менеджменте: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы, интервью. Принципы составления программы коммуникологического исследования. Проблемы количественной и качественной репрезентации. Методы и приемы анализа эмпирических данных. Условия надежности опросов. Особенности использования компьютерных программ для коммуникологических исследований. Особенности хранения и обработки управленческой информации. Принципы коммуникационного аудита.
3	Тема 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента	Теория «паблик рилейшнз» по Э. Бернайсу. Исторические модели управления коммуникациями: пропаганда, модели связей с общественностью по С. Блэку, Айви Ли, информационные войны, интегрированные маркетинговые коммуникации. Модели связи с общественностью Дж. Грюнига: агентство по связям с прессой, общественно значимая информация, двусторонняя асимметрия, двусторонняя симметрия. Коммуникации асимметричные и симметричные, информирующие и убеждающие. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия. Ситуационная модель управления коммуникациями. Ситуации, в которых наиболее эффективны соответствующие стратегии.
4	Тема 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии	Коммуникативный процесс и его структура. Коммуникационный менеджмент как процесс: определение проблем, разработка концепции и постановка целей. Понятие ключевых аудиторий. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом (формальная коммуникация). Коммуникационная политика по отношению к неформальной коммуникации. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте, системный подход и моделирование ситуаций. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях разных типов и после кризиса. Типология кризисных ситуаций. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями. План отношений с общественностью в экстремальных условиях. Особенности отражения в средствах массовой информации кризисных ситуаций и взаимодействие с журналистами.
5	Тема 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации. Коммуникации в стратегическом маркетинге. Коммуникации стратегий разных уровней (классификация уровней по И. Ансоффу). Информационное обеспечение при разработке и реализации общей стратегии предприятия. Виды коммуникационных стратегий. Группы целей в коммуникационном планировании: цели влияния и цели выхода. Виды целей влияния: информационные цели, цели отношения (установок), цели поведения. Принципы планирования информационной кампании: определение целей, выбор аудитории и средств коммуникации. Принципы планирования времени. Организация событий. Обратная связь и способы ее осуществления. Бюджет кампании. Контроль за ходом кампании и оценка результатов. Программа совершенствования коммуникаций в организации. Этапы осуществления информационной кампании. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Медиапланирование в коммуникационном менеджменте. Роль взаимодействия со СМИ при проведении коммуникационных кампаний. Постановка целей, выбор канала и оценка его эффективности в медиапланировании. Интернет как новая коммуникативная среда. Транснациональные коммуникационные агентства. Пути повышения эффективности взаимодействия отделов корпоративной коммуникации и коммуникационных агентств.
6	Тема 6. Формирование положительног	Общественное мнение и его характеристики: рациональное/иррациональное, наличие/недостаточность информации по проблеме, интересующей общественное мнение, инертность/податливость общественного мнения, способность к быстрым и

№ п/п	Наименование раздела / темы	Содержание темы
	о общественного мнения об организации	резким изменениям. Создание первичных и вторичных информационных потоков как технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте. Уровни детерминации общественного мнения: уровень непосредственного отражения, коммуникативный уровень и внутрисубъектный (личностный) уровень. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения. Структура коммуникации. Каналы распространения информации. Особенности PR-текстов.
7	Тема 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации	Основные пути организации коммуникационного менеджмента. Функции отдела по коммуникациям. Общая организационная структура и структура отдела корпоративной коммуникации. Должностные позиции отдела корпоративной коммуникации. Условия делегирования функций отдела коммуникационного менеджмента PR-агентству. Оценка целесообразности передачи PR-функций на аутсорсинг. Роль менеджера по коммуникациям. Модель личностно-деловых качеств и имиджа современного PR-менеджера (В. М. Шепель). Квалификационная характеристика PR-менеджера. Требования, предъявляемые к личности менеджера по коммуникациям. Особенности организации консультативной фирмы и взаимодействия между клиентом и консультантом. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте. Эффекты коммуникационной кампании, эффективность и результативность коммуникационного менеджмента, общее и различное. Эффекты коммуникационной кампании: функциональные, дисфункциональные, афункциональные. Виды эффективности коммуникационного менеджмента. Принципы оценки коммуникационного менеджмента. Факторы результативности коммуникаций в организации. Методы измерения результатов коммуникационной кампании.
8	Тема 8. Внутренний коммуникационный менеджмент	Типы организационной структуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации. Требования к информации и коммуникации в организации. Специфика изменения информации в организации. Виды информационных потоков в организации: нисходящие, восходящие, горизонтальные. Общие правила организации системы нисходящих коммуникаций. Управление горизонтальными коммуникациями. Позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса. Коммуникативная компетентность менеджера. Типы, уровни и функции организационной культуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры. Основные элементы и особенности функционирования знаково-символической культуры на предприятиях. Коммуникационные методы продвижения корпоративной культуры на предприятии. Внутренние средства массовой коммуникации. Слухи как инструмент внутрикорпоративной коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров, их адаптации, повышении квалификации, продвижении по службе и увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.
9	Тема 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе	Особенности коммуникационного менеджмента в промышленности и бизнесе. Задачи и направления (технологическое и репутационно-имиджевое) коммуникационного менеджмента промышленности. Функции корпоративного коммуникационного менеджмента: функции коммуникационной безопасности и защиты бизнеса, проведение целевых акций, реализация коммуникативных программ. Отношения с клиентами, конкурентами, инвесторами и общиной. Отношения с персоналом. Связи с государственными институтами. Лоббизм. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Факторы, определяющие необходимость коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Роль отраслевых ассоциаций в системе коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент во внешнеэкономической деятельности. Спонсорство.
10	Тема 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях	Коммуникационный менеджмент государственных и региональных органов власти как особый механизм государственного и регионального управления, деятельность которого направлена на оптимизацию принятия и реализации государственных решений. Функции и организация информационных служб при правительственных органах. Задачи информационного обеспечения деятельности государственных и региональных органов власти. Содержание деятельности по менеджменту коммуникаций в органах исполнительной, законодательной и судебной власти. Формы работы с общественностью политических и общественных организаций. Социальный маркетинг как деятельность органов государственной власти по эффективному

№ п/п	Наименование раздела / темы	Содержание темы
		выявлению специальных запросов респондентов, по поддержанию и улучшению благосостояния как граждан, так и общества в целом. Задачи социального маркетинга. Политический маркетинг как специфическая профессиональная деятельность, предпринимаемая для создания, поддержания и изменения поведения общественности по отношению к органам власти, политическим партиям, демократическим институтам, способствующая формированию гражданского общества. Специфика коммуникационного менеджмента в муниципальном и местном самоуправлении. Условия эффективности коммуникационного менеджмента в некоммерческом секторе.

Занятия семинарского типа (практические занятия)

Общие рекомендации по подготовке к практическим занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий практического 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 практического 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 практического 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 № 1. Коммуникационный менеджмент и его роль в управлении организацией

Вопросы и/или задания

1. Сущность понятия «коммуникация».
2. Понятия «коммуникационный менеджмент» и «управление коммуникациями».
3. Роль коммуникации в управлении.
4. Управление коммуникациями в связях с общественностью.
5. Коммуникационный менеджмент и имидж организации.

Тема № 2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте

Вопросы и/или задания

1. Понятие и типы коммуникологических исследований.
2. Методы исследования в коммуникационном менеджменте.
3. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
4. Разработайте программу коммуникологического исследования для конкретной организации.

Тема № 3. Типологические модели коммуникационного менеджмента

Вопросы и/или задания

1. Теория Э. Бернайса, С. Блэка, Айви Ли, Дж. Грюнига.
2. Модели связи с общественностью.
3. Коммуникации асимметричные-симметричные и информирующие-убеждающие.
4. Основные стратегии симметричного управления коммуникациями.

Тема № 4. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии

Вопросы и/или задания

1. Понятие ключевых аудиторий.

2. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях разных типов и после кризиса.
3. План отношений с общественностью в экстремальных условиях.
4. Разработайте план коммуникаций в кризисной ситуации для конкретной организации.

Тема № 5. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия

Вопросы и/или задания

1. Задачи коммуникационного менеджмента в области стратегического планирования организации.
2. Информационное обеспечение при разработке и реализации общей стратегии предприятия.
3. Виды коммуникационных стратегий.
4. Принципы планирования информационной кампании.
5. Разработайте коммуникационную программу для конкретной организации.

Тема № 6. Формирование положительного общественного мнения об организации

Вопросы и/или задания

1. Технологии формирования общественного мнения в коммуникационном менеджменте.
2. Уровни детерминации общественного мнения.
3. Схема коммуникативного взаимодействия применительно к процессу формирования общественного мнения.
4. Особенности PR-текстов.

Тема № 7. Структура, функции и эффективность отдела по коммуникациям в организации

Вопросы и/или задания

1. Структура отдела корпоративной коммуникации.
2. Роль менеджера по коммуникациям.
3. Определение эффективности в коммуникационном менеджменте.
4. Постройте схему организационной структуры отдела по коммуникациям для конкретной организации.

Тема № 8. Внутренний коммуникационный менеджмент

Вопросы и/или задания

1. Типы организационной структуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации.
2. Коммуникативная компетентность менеджера.
3. Типы, уровни и функции организационной культуры и их влияние на коммуникационные процессы в организации.
4. Разработайте программу внутренних коммуникаций для организации конкретной сферы деятельности.

Тема № 9. Коммуникационный менеджмент в промышленном и коммерческом секторе

Вопросы и/или задания

1. Задачи и направления коммуникационного менеджмента в промышленности.
2. Функции корпоративного коммуникационного менеджмента.
3. Связи с государственными институтами.
4. Факторы маркетинговой политики предприятия.

Тема № 10. Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях

Вопросы и/или задания

1. Коммуникативный менеджмент в государственных и региональных органах власти.
2. Задачи информационного обеспечения.
3. Политический и социальный маркетинг.
4. Коммуникативный менеджмент в муниципальном и местном самоуправлении.

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

Самостоятельная работа обучающихся при изучении курса «Управление коммуникациями в организации» предполагает, в первую очередь, работу с основной и дополнительной литературой. Результатами этой работы становятся выступления на практических занятиях, участие в обсуждении.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебников, указанных в разделе 8 настоящей программы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить выдержки из первоисточников. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Типовые задания для самостоятельной работы и примерная тематика курсовых работ (проектов), предусмотренных учебным планом, представлены в фонде оценочных средств по дисциплине. Курсовое проектирование по дисциплине учебным планом не предусмотрено.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине включает следующие виды:

– работу в библиотеке, включая электронно-библиотечные системы, и с интернет-источниками;
– подготовку доклада-презентации по одной из предложенных тем;
– подготовку к устному опросу на практических занятиях;
– подготовку к контрольной работе (контрольному срезу);
– составление конспектов, схем и терминологического словаря по темам дисциплины;
– подготовку к зачету.

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

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

Типовые тестовые задания, типовые практические задания, типовые задания для контрольных работ, материалы для оценки результатов промежуточной аттестации и материалы для диагностической работы представлены в фонде оценочных средств по дисциплине. В настоящем разделе приведены типовые оценочные средства, используемые при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

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.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Подготовка к практическим занятиям. Проработка рабочей программы с уделением особого внимания целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение задач по алгоритму и др.

Индивидуальные задания. Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развития исследовательских умений обучающихся.

Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети

«Интернет»; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление библиографии; подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации; выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа.

Опрос – это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме. Проблематика, выносимая на опрос, определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.

Доклад – это самостоятельная учебно-исследовательская работа обучающегося, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер. После выбора темы доклада составляется перечень источников (монографий, научных статей, законодательных и иных нормативных правовых актов, справочной литературы, содержащей комментарии, статистические данные и т.п.), включающий от 3 до 5 наименований. Обучающийся излагает основные аспекты проблемы, мнения авторов по выбранному вопросу, а также свои суждения. Примерные этапы работы над докладом: формулирование темы; подбор и изучение основных источников по теме; составление перечня источников; обработка и систематизация информации; разработка плана; написание доклада; публичное выступление с результатами исследования на семинаре. Защита доклада или выступление с докладом продолжается в течение 5–7 минут по плану. Рекомендуемый объем доклада – 10–15 страниц компьютерного текста, для выступления – 2–3 страницы.

Контрольная работа – оригинальное сочинение небольшого размера, в котором излагаются конкретные результаты изучения обучающимся дисциплины. В ходе написания контрольной работы обучающийся приобретает навыки самостоятельной работы с научной, учебной и специальной литературой, учится анализировать источники и грамотно излагать свои мысли. Выполнение контрольной работы включает ряд этапов: выбор темы и подбор научных источников; изучение научной литературы, анализ и обобщение материалов по проблеме исследования; формулирование основных положений и выводов; оформление контрольной работы. Технические требования к работе: объем 10–12 страниц машинописного текста. Структура контрольной работы включает: заголовок, введение, основную часть, заключение, список использованной литературы.

Подготовка к зачету. При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче зачета – повторение всего материала дисциплины. Весь объем работы следует распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка обучающегося к зачету включает три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету, по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах зачета. Зачет проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.

Тексты выполненных заданий, докладов и контрольных работ оформляются гарнитурой Times New Roman, кегль 14, интервал – 1,5; параметры страницы: формат А4, левое поле – 3 см, правое поле – 1,5 см, верхнее поле – 2 см, нижнее поле – 2 см; абзац

1,25 (красная строка), допускаются выделения полужирным шрифтом и курсивом, выравнивание по ширине.

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Кургаева, Ж. Ю. Деловые коммуникации : учебное пособие / Ж. Ю. Кургаева. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2025. — 80 с. — ISBN 978-5-7882-3580-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/158938/details

2. Репина, Е. А. Коммуникации в менеджменте : учебное пособие / Е. А. Репина, Н. Н. Камышанская. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2026. — 132 с. — ISBN 978-5-9275-5051-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/162563/details

Дополнительная литература

1. Традиционные и новые каналы коммуникации в условиях модернизации информационного пространства российского общества / О. В. Шиняева, Н. А. Гильмутдинова, И. Г. Гоношилина [и др.] ; под редакцией О. В. Шиняевой. — Ульяновск : Ульяновский государственный технический университет, 2025. — 180 с. — ISBN 978-5-9795-2516-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/163130/details

2. Горских, О. В. Деловые коммуникации: внутрикультурный диалог и дискурсивные практики : учебно-методическое пособие для студентов всех направлений и специальностей подготовки / О. В. Горских. — Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2022. — 53 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/152789/details

3. Бизнес-коммуникации руководителя. Мастер-класс : учебное пособие / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская ; под редакцией М. А. Лукашенко. — Москва : Университет «Синергия», 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-4257-0511-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/156680/details

4.

Перечень изданий и ссылки на электронные ресурсы подлежат актуализации не реже одного раза в год с учетом изменений комплектования электронно-библиотечной системы Университета.

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 01.07.2026 по 30.06.2027 г.) https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/
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 01.07.2026 по 30.06.2027 г.) https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/
5. Система тестирования INDIGO лицензионное соглашение (Договор от 07.11.2018 г. № Д-54792, бессрочно) 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.
3. Офисный пакет LibreOffice (свободно распространяемое программное обеспечение) – используется при подготовке докладов-презентаций и выполнении заданий.

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 раза в год.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» – Договор № МИ-ВИП-7971756/2022 (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 SCIENCE INDEX № SIO-3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027 г.) https://elibrary.ru
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – http://fgosvo.ru
5. Официальный интернет-портал правовой информации – http://pravo.gov.ru

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная

образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья: применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания (рефераты, письменные работы), индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Назначение помещения	Оборудование
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Оборудование: специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная навесная), стол преподавателя, стул преподавателя). Технические средства обучения: персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Помещение для самостоятельной работы	Специализированная мебель (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.