

Подписано электронной подписью:  
Вержицкий Данил Григорьевич  
Должность: Директор КГПИ КемГУ  
Дата и время: 2025-04-23 00:00:00  
471086fad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Кузбасский гуманитарно-педагогический институт  
Факультет все факультеты

УТВЕРЖДАЮ  
Директор КГПИ КемГУ  
Д. Г. Вержицкий  
«22» апреля 2026 г.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **К.М.02.ДВ.01.05 Коммуникационный менеджмент**

Все направления подготовки и специальности подготовки

Все направленности (профили) специализации программы

Уровень программы – бакалавриат и специалитет

Формы обучения  
очная, очно-заочная, заочная

Новокузнецк 2026

**Сведения об утверждении:**

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры экономики и управления  
(протокол № 2 от 22.10.2025 г.)

## Оглавление

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 Цель дисциплины. ....                                                                                                     | 4  |
| 2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий.<br>Формы промежуточной аттестации. ....                         | 5  |
| 3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины. ....                                                                   | 5  |
| 3.1 Учебно-тематический план ....                                                                                           | 5  |
| 4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося<br>в текущей и промежуточной аттестации. .... | 6  |
| 5 Материально-техническое, программное и учебно-методическое обеспечение<br>дисциплины. ....                                | 7  |
| 5.1 Учебная литература. ....                                                                                                | 7  |
| 5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины. ....                                                      | 8  |
| 5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные<br>системы. ....                                   | 8  |
| 6 Иные сведения и (или) материалы. ....                                                                                     | 8  |
| 6.1. Примерные темы письменных учебных работ ....                                                                           | 8  |
| 6.1.1 Курсовая работа. ....                                                                                                 | 8  |
| 6.1.2 Примерные темы индивидуальных докладов. ....                                                                          | 8  |
| 6.2. Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации. ....                                                | 10 |

### 1 Цель дисциплины.

В результате освоения дисциплины у обучающегося должна быть сформирована компетенция основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП): УК-4.

### Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, знания, умения, навыки

Таблица 1 – Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной

| Код и название компетенции                                                                                                                             | Индикаторы достижения компетенции по ОПОП                                                                               | Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | УК-4.3. Осуществляет коммуникацию в цифровой среде для достижения профессиональных целей и эффективного взаимодействия. | <b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- цели, задачи, принципы и функции коммуникации и коммуникационного менеджмента;</li><li>- подходы к коммуникации;</li><li>- основные модели коммуникации коммуникативного акта;</li><li>- современные теории цифровой экономики;</li><li>- базовые концепции организационной коммуникации;</li><li>- подходы к разработке коммуникационной программы;</li><li>- типы кризисных ситуаций в организации;</li><li>- методы управления личным брендом;</li><li>- основные модели кросс-культурной коммуникации;</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- определять тип применяемой модели коммуникации;</li><li>- использовать базовые концепции организационной коммуникации;</li><li>- определять модель ведения переговоров в организации;</li><li>- определять основные направления коммуникационной стратегии организации;</li><li>- определять признаки кризисных ситуаций;</li><li>- определять элементы личного бренда;</li><li>- применять цифровой этикет;</li></ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- методами управления репутацией компании;</li><li>- методами работы с бизнес-моделями, основанными на Big Data;</li><li>- навыками построения модели организационной коммуникации;</li><li>- навыками ведения переговоров по определенной модели;</li><li>- навыками разработки коммуникационных программ;</li><li>- инструментами электронной коммуникации;</li><li>- методами управления коммуникацией в кризисных ситуациях;</li><li>- методами продвижения личного бренда;</li><li>- цифровыми технологиями совместной работы.</li></ul> |

## 2 Объем и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации.

Таблица 2 – Объем и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий

| Общая трудоёмкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах                                                                           | Объём часов по формам обучения |      |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------|---------|
|                                                                                                                                                              | ОФО                            | ОЗФО | ЗФО     |
| 1 Общая трудоёмкость дисциплины                                                                                                                              | 72                             | 72   | 72      |
| 2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)                                                                          | 24                             | 8    | 8       |
| Аудиторная работа (всего):                                                                                                                                   | 24                             | 8    | 8       |
| в том числе:                                                                                                                                                 |                                |      |         |
| лекции                                                                                                                                                       |                                |      |         |
| практические занятия, семинары                                                                                                                               | 24                             | 8    | 8       |
| практикумы                                                                                                                                                   |                                |      |         |
| лабораторные работы                                                                                                                                          |                                |      |         |
| Внеаудиторная работа (всего):                                                                                                                                |                                |      |         |
| в том числе индивидуальная работа обучающихся с преподавателем                                                                                               |                                |      |         |
| подготовка курсовой работы (проекта) /контактная работа                                                                                                      |                                |      |         |
| групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем) |                                |      |         |
| творческая работа (эссе)                                                                                                                                     |                                |      |         |
| 3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)                                                                                                                 | 48                             | 64   | 60      |
| 4 Промежуточная аттестация обучающегося – <b>зачет</b>                                                                                                       |                                |      | 4 (кон- |
| 4 семестр:                                                                                                                                                   |                                |      | троль)  |

## 3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины.

### 3.1 Учебно-тематический план

Таблица 3 - Учебно-тематический план очно-заочной формы обучения

| № п/п | Разделы и темы дисциплины по занятиям                     | Общая трудоем-<br>кость<br>(всего час.) | Трудоемкость занятий (час.) |    |     |                           |    |         | Формы теку-<br>щего кон-<br>троля и про-<br>межуточной<br>аттестации<br>успеваемости |
|-------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------|----|-----|---------------------------|----|---------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                           |                                         | ОФО                         |    |     | ОЗФО / ЗФО*               |    |         |                                                                                      |
|       |                                                           |                                         | Ауди-<br>торн.<br>занятия   |    | СРС | Ауди-<br>торн.<br>занятия |    | СРС     |                                                                                      |
|       |                                                           |                                         | Л                           | ПЗ |     | Л                         | ПЗ |         |                                                                                      |
| 1     | Понятие и сущность коммуни-<br>кации.                     | 11 / 10*                                | -                           | 4  | 7   | -                         | 1  | 10 / 9* | семинар, тест                                                                        |
| 2     | Концептуальные основы ком-<br>муникационного менеджмента. | 11 / 10*                                | -                           | 4  | 7   | -                         | 1  | 10 / 9* | групповое<br>задание                                                                 |
| 3     | Экономика цифровых медиа.                                 | 11 / 10*                                | -                           | 4  | 7   | -                         | 1  | 10 / 9* | групповое<br>задание                                                                 |
| 4     | Организационная коммуни-<br>кация.                        | 11 / 10*                                | -                           | 4  | 7   | -                         | 1  | 10 / 9* | групповое<br>задание, тест                                                           |
| 5     | Планирование в коммуни-<br>кационном менеджменте.         | 7                                       | -                           | 2  | 5   | -                         | 1  | 6       | групповое<br>задание                                                                 |
| 6     | Коммуникационный менедж-<br>мент в кризисных ситуациях.   | 7                                       | -                           | 2  | 5   | -                         | 1  | 6       | групповое<br>задание                                                                 |
| 7     | Бренд как канал коммуни-<br>кации.                        | 7                                       | -                           | 2  | 5   | -                         | 1  | 6       | групповое<br>задание                                                                 |

|   |                                                           |           |          |           |           |          |          |                 |                         |
|---|-----------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------------|-------------------------|
| 8 | Коммуникационный менеджмент в международной деятельности. | 7         | -        | 2         | 5         | -        | 1        | 6               | групповое задание, тест |
|   | Промежуточная аттестация                                  | 4*        |          |           |           |          |          |                 | <b>зачет</b>            |
|   | Всего:                                                    | <b>72</b> | <b>0</b> | <b>24</b> | <b>48</b> | <b>0</b> | <b>8</b> | <b>64 / 60*</b> |                         |

\*Звездочкой отмечены значения для заочной формы обучения

#### 4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации.

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 4.

Таблица 4 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

| Учебная работа (виды)                                                                    | Сумма баллов                        | Виды и результаты учебной работы                  | Оценка в аттестации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Баллы за освоение дисциплины (мин.-макс.) |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Текущая учебная работа в семестре (посещение занятий по расписанию и выполнение заданий) | 80 (100% /баллов приведенной шкалы) | Практические занятия (12 занятий)                 | 3 балла - посещение 1 пр. занятия и выполнение задания на 51-65%<br>4 балла – посещение 1 пр. занятия и выполнение задания на 66-84%<br>5 баллов – посещение 1 пр. занятия и выполнение задания на 85-100% и самостоятельность и существенный вклад на занятии в работу группы                                                                                                                                                                                          | 36 – 60                                   |
|                                                                                          |                                     | Подготовка индивидуального доклада с презентацией | 4 балла – подготовлен только доклад, дискуссия отсутствует<br>6 баллов – подготовлен доклад, студент участвует в дискуссии, тема интересна аудитории<br>8 баллов – подготовлен доклад, студент участвует в дискуссии, тема интересна аудитории, презентация содержит недостаточный объем информации по докладу<br>10 баллов - подготовлен доклад, студент участвует в дискуссии, тема интересна аудитории, презентация содержит достаточный объем информации по докладу | 4 – 10                                    |
|                                                                                          |                                     | Итоговое тестирование                             | 11 баллов (51 - 65% правильных ответов)<br>20 баллов (66 - 84% правильных ответов)<br>30 баллов (85 - 100% правильных ответов)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 11 - 30                                   |
|                                                                                          |                                     | Итого по текущей работе в семестре                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                           |
| Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)                                               | 20 (100% /баллов приведенной шкалы) | Вопрос                                            | 25 баллов (пороговое значение)<br>50 баллов (максимальное значение)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 25 – 50                                   |
|                                                                                          |                                     | Практическое задание                              | 26 баллов (пороговое значение)<br>50 баллов (максимальное значение)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 26 – 50                                   |
| Итого по промежуточной аттестации (зачету с оценкой) по приведенной шкале (20 б.)        |                                     |                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 51 – 100 б.                               |
| Суммарная оценка по дисциплине/ Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации          |                                     |                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 51 – 100 б.                               |

## **5 Материально-техническое, программное и учебно-методическое обеспечение дисциплины.**

### **5.1 Учебная литература**

#### **Основная учебная литература**

1. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536873> (дата обращения: 08.02.2024).

2. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - ISBN 978-5-394-05290-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1927318> (дата обращения: 08.02.2024). — Режим доступа: по подписке.

#### **Дополнительная учебная литература**

3. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497799> (дата обращения: 08.02.2024).

4. Купчинова, Т. В. Управление рисковыми и кризисными коммуникациями : учебно-методическое пособие / Т. В. Купчинова. — Минск : БГУ, 2019. — 149 с. — ISBN 978-985-566-747-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180571> (дата обращения: 08.02.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИН-ФРА-М, 2024. — 186 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook\_5a97ed07408159.98683294. - ISBN 978-5-16-019134-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082732> (дата обращения: 08.02.2024). — Режим доступа: по подписке.

6. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533003> (дата обращения: 08.02.2024).

7. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271> (дата обращения: 08.02.2024).

8. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок М&А : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 08.02.2024).

9. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15797-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543648> (дата обращения: 08.02.2024).

10. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 08.02.2024).

## 5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.

Учебные занятия по дисциплине проводятся в учебных аудиториях КГПИ КемГУ:

| Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>402 Учебная аудитория (мультимедийная)</b> для проведения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- занятий лекционного типа;</li> <li>- семинарского (практического) типа;</li> <li>- групповых и индивидуальных консультаций;</li> <li>- текущего контроля и промежуточной аттестации.</li> </ul> <p><b>Специализированная (учебная) мебель:</b> доска меловая, кафедра, столы, стулья.</p> <p><b>Оборудование:</b> стационарное - компьютер, проектор, акустическая система, доска интерактивная.</p> <p><b>Используемое программное обеспечение:</b> MS Windows (Microsoft Imagine Premium 3 year по лицензионному договору № 1212/KMP от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО), ПО интерактивной доски SmartNotebook (ключ лицензии по серийному номеру оборудования).</p> <p><b>Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.</b></p> | <p>654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Металлургов, д. 19</p>                                    |

## 5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

1. Административно-управленческий портал «AUP.RU»: [Электронный ресурс]: информационно-методический интернет-ресурс по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии. — URL: <http://www.aup.ru>, свободный.

2. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент»: [Электронный ресурс]: библиотека управления, публикации, семинары и конференции. — URL: <https://www.cfin.ru>, свободный.

3. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга»: [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.marketing.spb.ru>, свободный.

4. Научная электронная библиотека «eLIBRARY»: [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.elibrary.ru/>, свободный / для авторизованных пользователей.

## 6 Иные сведения и (или) материалы.

### 6.1. Примерные темы письменных учебных работ

#### 6.1.1 Курсовая работа

Курсовая работа по дисциплине **не предусмотрена**.

#### 6.1.2 Примерные темы индивидуальных докладов.

1. Культурные различия как фактор формирования корпоративной культуры.
2. Этнические стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации.
3. Влияние пандемии на межкультурное взаимодействие в глобальном мире.
4. Формирование межкультурной толерантности в многонациональном государстве.
5. Проблемы и перспективы политики мультикультурализма в современной Европе.
6. Влияние глобализации на межкультурное взаимодействие.

7. Контркультурная коммуникация в современном мире.
8. Развитие навыков межкультурной компетенции как инструмент достижения консенсуса в мультикультурной среде.
9. Формы проявления культурной идентичности в современной России.
10. Культурный шок в условиях глобализации.
11. Влияние социокультурных факторов на стратегии и тактики делового общения.
12. Межкультурная коммуникация в международном бизнесе.
13. Формирование культурной идентичности в условиях военных конфликтов.
14. Межкультурное взаимодействие в условиях войн и конфликтов.
15. Коммуникационное сопровождение деятельности транснациональных компаний.
16. Коммуникационное сопровождение деятельности органов власти.
17. Социокультурные факторы международных отношений в современном мире.
18. Межкультурное взаимодействие в условиях информационных войн.
19. Стратегический маркетинг в управлении компанией.
20. Инструменты связей с общественностью в антикризисном управлении компанией.
21. Государственное регулирование рекламного рынка России.
22. Интегрированный подход в маркетинговых коммуникациях.
23. Реклама как средство формирования потребительской ценности.
24. Нетрадиционные инструменты в системе маркетинговых коммуникаций.
25. Маркетинговая информация как ресурс компании.
26. Особенности рекламной практики в экономике постмодерна.
27. Корпоративная социальная ответственность в контексте теории устойчивого развития.
28. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии.
29. Маркетинг 3.0 в стратегическом управлении компанией.
30. Геобрендинг в обеспечении конкурентоспособности страны.
31. Комплексный маркетинг в антикризисном управлении компанией.
32. Особенности коммуникационной политики компании в условиях экономической нестабильности.
33. Бренд как нематериальный актив компании.
34. Коммуникационная политика компании в экономике сетевых благ.
35. Бренд как инструмент глобальной конкуренции.
36. Интернет-маркетинг в экономике сетевых благ.
37. Латеральный маркетинг как средство формирования имиджа инновационной компании.
38. Бренды-сэнсэи как стратегические активы компании.
39. Корпоративный имидж как источник стоимости компании.
40. Мифодизайн в системе современного брендинга.
41. Репутационные риски в системе риск-менеджмента.
42. Особенности брендинга на рынке банковских продуктов.
43. Социальные сети как инструмент коммуникационной политики компании.
44. Интернет-коммуникации в репутационном менеджменте.
45. Эволюция концепции территориального маркетинга и ее практическая реализация в организации российской публичной власти.
46. Территориальный маркетинг как основа разработки и реализации социально-экономической политики государства.
47. Стратегические коммуникации в реализации концепции открытого правительства.
48. Национальный бренд как фактор достижения целей государственной социально-экономической политики.
49. Государственная коммуникационная поддержка отечественных товаров в обеспечении их конкурентоспособности.
50. Маркетинг в деятельности федеральных органов власти.
51. Социальная реклама как инструмент государственной политики.

52. Игровые начала в практике современного маркетинга.
53. Роль Big Data в управлении коммуникациями в современной организации.
54. Подходы к построению личного бренда.
55. Использование инструментов искусственного интеллекта при построении личного бренда.

## 6.2. Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Таблица 5 – Типовые (примерные) контрольные вопросы и задания

| Разделы и темы                                          | Примерные теоретические вопросы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Примерные практические задания                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Понятие и сущность коммуникации.                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Генезис коммуникативной деятельности. Подходы к коммуникации.</li> <li>2. Коммуникация у животных. Гипотезы о происхождении языка.</li> <li>3. Теория речевых актов Джона Остина. Модели коммуникации и коммуникативного акта.</li> <li>4. Модель Клода Шеннона и Уоррена Уивера. Модель Романа Осиповича Якобсона.</li> <li>5. Нелинейные модели коммуникации. Принцип кооперации Герберта Пола Грейса. Принцип вежливости Джеффри Лича.</li> </ol> | Привести примеры типичных ситуаций, описывающих модели Остина, Шеннона, Уивера. Показать на примерах механизм действия принципа кооперации Грейса и принципа вежливости Лича. |
| 2. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента. | <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Роль корпоративной коммуникации в системе менеджмента.</li> <li>7. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения, характеристика его основных участников.</li> <li>8. Репутация как механизм позиционирования и стимулирования рыночной капитализации.</li> <li>9. Корпоративная культура, имидж организации.</li> <li>10. Современная организация и ее место в цифровой среде.</li> <li>11. Метавселенные и их будущее.</li> </ol>       | Проанализировать на конкретном примере корпоративную культуру организации по основным признакам и дать рекомендации по ее корректировке.                                      |
| 3. Экономика цифровых медиа.                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>12. Современные теории цифровой экономики.</li> <li>13. Платформенная экономика.</li> <li>14. Сетевые эффекты. Конкуренция платформ.</li> <li>15. Экономика Big Data, приватности и онлайн-коммуникаций.</li> <li>16. Рынки, ориентированные на Big Data.</li> <li>17. Бизнес-модели, основанные на Big Data.</li> <li>18. Институциональная цифровая экономика.</li> <li>19. Digital media и экономический цикл.</li> </ol>                            | Привести примеры бизнес-моделей, основанных на Big Data, и показать принцип их работы.                                                                                        |
| 4. Организационная коммуникация.                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>20. Базовые концепции организационной коммуникации (Херберт Саймон, Питер Сенге).</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Составить план проведения деловых переговоров, опираясь на                                                                                                                    |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                              | <p>21. Модель сетевой коммуникации. Межорганизационная связь и номенклатура организационной коммуникации.</p> <p>22. Межличностное общение. Формальная и неформальная коммуникация.</p> <p>23. Особенности переговорного процесса в организации.</p> <p>24. Модели ведения переговоров.</p> <p>25. Коммуникации в цифровой среде организации.</p> <p>26. Инструменты электронной коммуникации и цифровой этикет.</p>                         | одну из моделей переговорного процесса.                                                                  |
| 5. Планирование в коммуникационном менеджменте.              | <p>27. Коммуникационный менеджмент как процесс.</p> <p>28. Стратегический поворот в коммуникативной науке. Принципы стратегического планирования в коммуникационном менеджменте.</p> <p>29. Коммуникационная программа как основа планирования. Определение проблем, разработка концепции и постановка целей.</p> <p>30. Понятие ключевых аудиторий.</p> <p>31. Инструменты искусственного интеллекта при реализации плана коммуникаций.</p> | Разработать базовую версию коммуникационной программы для конкретной ситуации.                           |
| 6. Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях.        | <p>32. Типология кризисных ситуаций в организациях.</p> <p>33. Социально-психологические факторы управления кризисными ситуациями.</p> <p>34. Преодоление кризисных ситуаций с помощью инструментов социальных медиа.</p>                                                                                                                                                                                                                    | Предложить варианты коммуникационного выхода из кризиса для конкретной ситуации.                         |
| 7. Бренд как канал коммуникации.                             | <p>35. Элементы бренда.</p> <p>36. Создание бренда. Управление брендом.</p> <p>37. Личный бренд в цифровой среде.</p> <p>38. Продвижение личного бренда. Этика в продвижении личного бренда.</p>                                                                                                                                                                                                                                             | Предложить идею для личного бренда и описать базовые механизмы его продвижения.                          |
| 8. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности. | <p>39. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции.</p> <p>40. Интернет как новая коммуникативная среда.</p> <p>41. Особенности кросс-культурной коммуникации и менеджмента в многонациональных коллективах.</p> <p>42. Цифровые технологии в кросс-культурной коммуникации</p>                                                                                                                                  | Привести примеры межкультурных различий, необходимых для их учета в международной деятельности компании. |

Составитель: Шатунов П. Г., старший преподаватель кафедры ЭУ  
*(фамилия, инициалы и должность преподавателя (ей))*