

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал)  
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Шилов С.П.

« 28 »

2020 г.



**КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Рабочая программа для обучающихся направления  
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)  
Профили история; обществознание  
Форма обучения: очная

Яркова И.В. Коммуникационный менеджмент. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили история; обществознание, форма обучения очная. Тобольск, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Коммуникационный менеджмент. [электронный ресурс] /Режим доступа: <https://www.tobolsk.utmn.ru/sveden/education/#>

## 1. Пояснительная записка

**Целью освоения дисциплины является** формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области управления коммуникациями организации.

**Задачи дисциплины:**

- изучить сущность коммуникационного менеджмента в деятельности организации;
- изучить содержание управления внутренними коммуникациями организации;
- изучить содержание управления внешними коммуникациями организации.

### 1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательного процесса учебного плана.

При освоении дисциплины «Коммуникационный менеджмент» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе освоения дисциплин «Основы права», «Гражданское право», «Теория управления».

### 1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной образовательной программы.

Код и наименование компетенции (из ФГОС ВО)	Планируемые результаты обучения: (знаниевые/функциональные)
УК – 3 – способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;	Знает: типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия; Умеет: действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.
УК – 4 – способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	Знает: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках, требования к деловой устной и письменной коммуникации; Умеет: применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию.
ПК – 1 – Способен осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся;	Знает: особенности образовательного процесса, задачи воспитания и развития личности; Умеет: проектировать содержание педагогических технологий с учетом особенностей образовательного процесса, воспитания и развития через преподаваемые предметы.
ПК – 2 – Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе	Знает: современные образовательные технологии, их возможности в достижении современных образовательных результатов, форм, методы использования информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе Умеет: проектировать компоненты учебного процесса с использованием современных образовательных технологий; конструировать компоненты урока в соответствии с требованиями ФГОС общего образования

## 2. Структура и трудоемкость дисциплины

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов	Часов в семестре
		19
Общий объем зач.ед. час.	5	5
	180	180
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего):	64	64
Лекции	32	32
Практические занятия	32	32
Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	–	–
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося	116	116
Вид промежуточной аттестации (зачет, диф.зачет, экзамен)		Экзамен

## 3. Система оценивания

Оценивание осуществляется в рамках бальной системы, разработанной преподавателем и доведенной до сведения обучающихся на первом занятии.

№	Виды оцениваемой работы	Количество баллов	
		Текущий контроль	Промежуточный контроль
1.	Составление и рассказ тезауруса	0-18	–
2.	Устный ответ на практическом занятии	0-4 (4x18=72)	-
3.	Реферат	0-10	–
4.	Экзамен	-	0-91

Промежуточная аттестация может быть выставлена с учетом совокупности баллов, полученных обучающимся в рамках текущего контроля.

### Перевод баллов в оценки (экзамен)

№	Баллы	Оценки
1.	0-60	Неудовлетворительно
2.	61-74	Удовлетворительно
3.	75-90	Хорошо
4.	91-100	Отлично

## 4 Содержание дисциплины

### 4.1. Тематический план дисциплины

Таблица 2

№	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины модуля, час.				Иные виды контактной работы
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	

1	2	3	4	5	6	7
1	Основы коммуникации	26	4	4		
2	Массовые коммуникации	10	2	2		
3	Внутренние коммуникации	36	4	4		
4	Внешние коммуникации	26	4	4		
5	Паблик рилейшнз (PR) как область знания и деятельности	28	6	6		
6	PR как функция менеджмента	28	6	6		
7	Общественное мнение как главный объект управления коммуникативной деятельности	26	6	6		
	<b>Итого (часов)</b>	<b>180</b>	<b>32</b>	<b>32</b>		

## 4.2. Содержание дисциплины (модуля) по темам

### 4.2.1. Темы лекционных занятий

#### Тема 1. Основы коммуникации

Понятие коммуникации. Коммуникационный процесс и его основные компоненты: источник коммуникации, сообщение, канал передачи сообщения, получатель сообщения, обратная связь. Виды коммуникации: межличностная и массовая; визуальная, устная, документальная, электронная. Значимость коммуникации для управления. Понятие коммуникационного менеджмента.

#### Тема 2. Массовые коммуникации

Понятие массовой коммуникации. Социальные функции массовой коммуникации. Основные каналы массовой коммуникации: массовые периодические печатные издания, радиовещание, телевидение. Анализ газетных публикаций. Типы публицистических статей: новостная, информационная, аналитическая, художественная, рекламная, смешанная. Функции СМИ: антенны, усилителя, фокуса, призмы, эхо.

#### Тема 3. Внутренние коммуникации

Понятие и виды внутренних коммуникаций. Нисходящие, восходящие, горизонтальные, диагональные; текущие и ситуационные; личные и неличные; формальные и неформальные; отраслевые и функциональные; индивидуальные и институциональные; локальные, региональные, национальные и глобальные. Значимость внутренних коммуникаций. Правила внутренних коммуникаций. Устные и документальные каналы внутренней коммуникации: особенности использования. Функции документальных внутриорганизационных изданий.

#### Тема 4. Внешние коммуникации

Взаимодействие бизнеса и власти. Лоббизм: основные понятия, история становления. Современная практика лоббирования. Методы лоббистской деятельности.

Особенности взаимодействия местной власти и бизнеса в вопросах занятости населения, налогообложения, установления льготных тарифов, соучастие в управлении деятельностью хозяйственных субъектов, информационное обеспечение. Взаимодействие с потребителями. Цели отношений с потребителями. Основные подходы к управлению отношениями с клиентами.

#### Тема 5. Паблик рилейшнз (PR) как область знания и деятельности

Сравнительный анализ основных подходов к определению PR: социальный, управленческий, маркетинговый. Возникновение, этапы и тенденции развития PR. Айви Ли, Липшман, Сэм Блэк. Взаимосвязь PR со смежными областями деятельности: пропаганда, общественная (в т.ч. массовая) информация, реклама. Модели и сущность коммуникаций в смежных областях деятельности. Основные направления PR.

#### Тема 6. PR как функция менеджмента

Цель, задачи и основные направления PR в менеджменте. Модели взаимодействия отделов PR и маркетинга. Технологические основы PR - RACE: исследование, подготовка проекта и его бюджета, осуществление коммуникативного проекта, оценка полученных результатов. Имидж субъекта: понятие, элементы, основные подходы к созданию. Паблिसити как явление и технология PR. Люди паблисити как социальный слой.

#### Тема 7. Общественное мнение как главный объект управления коммуникативной деятельности

Определение и сущность понятия «общественность» в PR. Личные, психологические, образовательные, семейные, статусные, этнические факторы, определяющие поведение целевой аудитории. Определение и свойства общественного мнения: направленность, интенсивность, стабильность, насыщенность. Функции общественного мнения: оценочная, консультативная, аналитическая, воспитательная. Методы изучения общественного мнения: достоинства и недостатки наблюдения, анкетного опроса, анализа документов в контексте изучения общественного мнения.

#### 4.2.2. Планы семинарских занятий.

##### Практическое занятие 1 – 2

##### Тема: Основы коммуникации

##### План:

1. Понятие коммуникации;
2. Коммуникационный процесс и его основные компоненты:
  - источник коммуникации;
  - сообщение;
  - канал передачи сообщения;
  - получатель сообщения;
  - обратная связь;
3. Виды коммуникации:
  - межличностная и массовая;
  - визуальная;
  - устная;
  - документальная;
  - электронная;
4. Значимость коммуникации для управления;
5. Понятие коммуникационного менеджмента.

## Тема: Массовые коммуникации

### План:

1. Понятие массовой коммуникации;
2. Социальные функции массовой коммуникации;
3. Основные каналы массовой коммуникации:
  - массовые периодические печатные издания;
  - радиовещание;
  - телевидение;
4. Анализ газетных публикаций;
5. Типы публицистических статей:
  - новостная;
  - информационная;
  - аналитическая;
  - художественная;
  - рекламная;
  - смешанная.

## Практическое занятие 4 – 5

### Тема: Внутренние коммуникации

#### План:

1. Понятие и виды внутренних коммуникаций:
  - Нисходящие;
  - Восходящие;
  - Горизонтальные;
  - Диагональные;
  - Текущие и ситуационные;
  - Личные и неличные;
  - Формальные и неформальные;
  - Отраслевые и функциональные;
  - Индивидуальные и институциональные;
  - Локальные;
  - Региональные;
  - Национальные и глобальные;
2. Значимость внутренних коммуникаций;
3. Правила внутренних коммуникаций;
4. Устные и документальные каналы внутренней коммуникации: особенности использования;
5. Функции документальных внутриорганизационных изданий.

## Практическое занятие 6 – 7

### Тема: Внешние коммуникации

#### План:

1. Взаимодействие бизнеса и власти;
2. Лоббизм:
  - Основные понятия;
  - История становления;
3. Современная практика лоббирования;
4. Методы лоббистской деятельности;
5. Особенности взаимодействия местной власти и бизнеса в вопросах занятости населения, налогообложения, установления льготных тарифов, соучастие в управлении деятельностью хозяйственных субъектов, информационное обеспечение;
6. Взаимодействие с потребителями;

7. Цели отношений с потребителями;
8. Основные подходы к управлению отношениями с клиентами.

#### Практическое занятие 8 – 10

Тема: Паблик рилейшнз (PR) как область знания и деятельности

План:

1. Сравнительный анализ основных подходов к определению PR:
  - Социальный;
  - Управленческий;
  - Маркетинговый.
2. Возникновение, этапы и тенденции развития PR;
3. Айви Ли, Липшман, Сэм Блэк;
4. Взаимосвязь PR со смежными областями деятельности: пропаганда, общественная (в т.ч. массовая) информация, реклама;
5. Модели и сущность коммуникаций в смежных областях деятельности;
6. Основные направления PR.

#### Практическое занятие 11 – 13

Тема: PR как функция менеджмента

План:

1. Цель, задачи и основные направления PR в менеджменте;
2. Модели взаимодействия отделов PR и маркетинга;
3. Технологические основы PR - RACE:
  - Исследование;
  - Подготовка проекта и его бюджета;
  - Осуществление коммуникативного проекта;
  - Оценка полученных результатов;
4. Имидж субъекта:
  - Понятие;
  - Элементы;
  - Основные подходы к созданию;
5. Паблисити как явление и технология PR;
6. Люди паблисити как социальный слой.

#### Практическое занятие 14 – 16

Тема: Общественное мнение как главный объект управления коммуникативной деятельности

План:

1. Определение и сущность понятия «общественность» в PR;
2. Личные, психологические, образовательные, семейные, статусные, этнические факторы, определяющие поведение целевой аудитории;
3. Определение и свойства общественного мнения:
  - Направленность;
  - Интенсивность;
  - Стабильность;
  - Насыщенность;
4. Функции общественного мнения:
  - Оценочная;
  - Консультативная;
  - Аналитическая;

- Воспитательная;
- 5. Методы изучения общественного мнения: достоинства и недостатки наблюдения, анкетного опроса, анализа документов в контексте изучения общественного мнения.

#### 4.2.3. Образцы средств для проведения текущего контроля

1. Работа на семинаре, устный ответ, обсуждение рекомендованной литературы.

2. Составление и рассказ тезауруса

Студент формирует тезаурус в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями в форме таблицы:

Образец

№ п/п	Термин	Определение (дефиниция)	Полное библиографич. описание источника (автор, заглавие. место, изд - во, год, страница)
-------	--------	-------------------------	---

3. Реферат.

Тема реферата:

1. Понятие коммуникационного менеджмента.
2. Понятие массовой коммуникации.
3. Социальные функции массовой коммуникации.
4. Основные каналы массовой коммуникации.
5. Понятие и виды внутренних коммуникаций.
6. Значимость внутренних коммуникаций.
7. Правила внутренних коммуникаций.
8. Устные и документальные каналы внутренней коммуникации: особенности использования.
9. Функции документальных внутриорганизационных изданий.
10. Взаимодействие бизнеса и власти.
11. Лоббизм: Основные понятия; История становления.
12. Современная практика лоббирования.
13. Методы лоббистской деятельности.
14. Особенности взаимодействия местной власти и бизнеса в вопросах занятости населения, налогообложения, установления льготных тарифов, соучастие в управлении деятельностью хозяйственных субъектов, информационное обеспечение.
15. Взаимодействие с потребителями.
16. Цели отношений с потребителями.
17. Основные подходы к управлению отношениями с клиентами.
18. Сравнительный анализ основных подходов к определению PR.
19. Возникновение, этапы и тенденции развития PR.
20. Взаимосвязь PR со смежными областями деятельности: пропаганда, общественная (в т.ч. массовая) информация, реклама.
21. Модели и сущность коммуникаций в смежных областях деятельности.
22. Основные направления PR.
23. Цель, задачи и основные направления PR в менеджменте.

#### 5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3

№	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1	Основы коммуникации	1. Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию предполагает

		<p>самостоятельное прочтение указанных работ для подготовки к учебному занятию. А также путем конспектирования отдельных фрагментов подготовку ответов на поставленные в плане вопросы.</p> <p>2.Составление тезауруса.</p> <p>Тезаурус формируется в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями.</p> <p>Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий во время ответа.</p>
2	Массовые коммуникации	<p>1.Подготовка к практическому занятию.</p> <p>Подготовка к практическому занятию предполагает самостоятельное прочтение указанных работ для подготовки к учебному занятию. А также путем конспектирования отдельных фрагментов подготовку ответов на поставленные в плане вопросы.</p> <p>2.Составление тезауруса.</p> <p>Тезаурус формируется в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями.</p> <p>Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий во время ответа.</p>
3	Внутренние коммуникации	<p>1.Подготовка к практическому занятию.</p> <p>Подготовка к практическому занятию предполагает самостоятельное прочтение указанных работ для подготовки к учебному занятию. А также путем конспектирования отдельных фрагментов подготовку ответов на поставленные в плане вопросы.</p> <p>2.Составление тезауруса.</p> <p>Тезаурус формируется в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями.</p> <p>Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий во время ответа. При оценивании учитывается правильность ответа.</p>
4	Внешние коммуникации	<p>1.Подготовка к практическому занятию.</p> <p>Подготовка к практическому занятию предполагает самостоятельное прочтение указанных работ для подготовки к учебному занятию. А также путем конспектирования отдельных фрагментов подготовку ответов на поставленные в плане вопросы.</p> <p>2.Составление тезауруса.</p> <p>Тезаурус формируется в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями.</p> <p>Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий во время ответа.</p>
5	Паблик рилейшнз (PR) как область знания и деятельности	<p>1.Подготовка к практическому занятию.</p> <p>Подготовка к практическому занятию предполагает самостоятельное прочтение указанных работ для подготовки к учебному занятию. А также путем конспектирования отдельных фрагментов подготовку ответов на поставленные в плане</p>

		<p>вопросы.</p> <p>2.Составление тезауруса.</p> <p>Тезаурус формируется в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями.</p> <p>Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий во время ответа.</p>
6	PR как функция менеджмента	<p>1.Подготовка к практическому занятию.</p> <p>Подготовка к практическому занятию предполагает самостоятельное прочтение указанных работ для подготовки к учебному занятию. А также путем конспектирования отдельных фрагментов подготовку ответов на поставленные в плане вопросы.</p> <p>2.Составление тезауруса.</p> <p>Тезаурус формируется в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями.</p> <p>Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий во время ответа.</p>
7	Общественное мнение как главный объект управления коммуникативной деятельности	<p>1.Подготовка к практическому занятию.</p> <p>Подготовка к практическому занятию предполагает самостоятельное прочтение указанных работ для подготовки к учебному занятию. А также путем конспектирования отдельных фрагментов подготовку ответов на поставленные в плане вопросы.</p> <p>2.Составление тезауруса.</p> <p>Тезаурус формируется в процессе лекционных и практических занятий, а также чтения рекомендованной литературы, работы со словарями и энциклопедиями.</p> <p>Критерием оценивания является полнота раскрытия понятий во время ответа.</p>

## **6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)**

### **6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

Форма промежуточной аттестации – экзамен. Процедура оценивания производится в форме устного ответа на вопросы по дисциплине и по результатам выполнения заданий текущего контроля.

Вопросы к экзамену:

- 1.Понятие коммуникации;
2. Коммуникационный процесс и его основные компоненты;
- 3.Виды коммуникации;
- 4.Значимость коммуникации для управления;
5. Понятие коммуникационного менеджмента;
- 6.Понятие массовой коммуникации;
7. Социальные функции массовой коммуникации;
8. Основные каналы массовой коммуникации;
- 9.Анализ газетных публикаций;
- 10.Типы публицистических статей;
- 11.Понятие и виды внутренних коммуникаций;
- 12.Значимость внутренних коммуникаций;
- 13.Правила внутренних коммуникаций;

14. Устные и документальные каналы внутренней коммуникации: особенности использования;
55. Функции документальных внутриорганизационных изданий;
16. Взаимодействие бизнеса и власти;
17. Лоббизм: Основные понятия; История становления;
18. Современная практика лоббирования;
19. Методы лоббистской деятельности;
20. Особенности взаимодействия местной власти и бизнеса в вопросах занятости населения, налогообложения, установления льготных тарифов, соучастие в управлении деятельностью хозяйственных субъектов, информационное обеспечение;
21. Взаимодействие с потребителями;
22. Цели отношений с потребителями;
23. Основные подходы к управлению отношениями с клиентами;
24. Сравнительный анализ основных подходов к определению PR;
25. Возникновение, этапы и тенденции развития PR;
26. Айви Ли, Липпман, Сэм Блэк;
27. Взаимосвязь PR со смежными областями деятельности: пропаганда, общественная (в т.ч. массовая) информация, реклама;
28. Модели и сущность коммуникаций в смежных областях деятельности;
29. Основные направления PR;
30. Цель, задачи и основные направления PR в менеджменте;
31. Модели взаимодействия отделов PR и маркетинга;
32. Технологические основы PR – RACE;
33. Имидж субъекта;
34. Паблицити как явление и технология PR;
35. Люди паблицити как социальный слой;
36. Определение и сущность понятия «общественность» в PR;
37. Личные, психологические, образовательные, семейные, статусные, этнические факторы, определяющие поведение целевой аудитории;
38. Определение и свойства общественного мнения;
39. Методы изучения общественного мнения: достоинства и недостатки наблюдения, анкетного опроса, анализа документов в контексте изучения общественного мнения;
40. Функции общественного мнения.

## 6.2 Критерии оценивания компетенций

Таблица 4

№	Код наименования компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;	Знает: типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия. Умеет: действовать в духе сотрудничества	Теоретические ответы, решение практических задач на семинаре, исследование источников.	Знаком в полном объеме с типологией и факторами формирования команд. Может самостоятельно действовать в духе сотрудничества

		принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации, проявлять уважение к мнению и культуре других, определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.		принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации, проявлять уважение к мнению и культуре других, определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста.
2	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знает: принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках, требования к деловой устной и письменной коммуникации. Умеет: применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию.	Теоретические ответы, решение практических задач на семинаре, исследование источников.	Знаком в полном объеме с принципами построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках. Может самостоятельно применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию.
3	ПК – 1 – Способен осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся;	Знает: особенности образовательного процесса, задачи воспитания и развития личности; Умеет: проектировать содержание образовательных программ современных педагогических технологий с учетом особенностей образовательного процесса, воспитания и развития через преподаваемые предметы.	Теоретические ответы, решение практических задач на семинаре, исследование источников.	Знаком с особенностями образовательного процесса и задачами воспитания и развития личности. Может самостоятельно проектировать содержание образовательных программ современных педагогических технологий с учетом особенностей образовательного процесса, воспитания и развития через преподаваемые предметы.
4	ПК – 2 – Способен	Знает: современные	Теоретические	Знает современные

	<p>применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе;</p>	<p>образовательные технологии, их возможности в достижении современных образовательных результатов, форм, методы использования информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе;</p> <p>Умеет:</p> <p>проектировать содержание педагогических технологий с учетом особенностей образовательного процесса, воспитания и развития через преподаваемые предметы.</p> <p>проектировать компоненты учебного процесса с использованием современных образовательных технологий;</p> <p>конструировать компоненты урока в соответствии с требованиями ФГОС общего образования</p>	<p>ответы, решение практических задач на семинаре, исследование источников</p>	<p>образовательные технологии, их возможности в достижении современных образовательных результатов, форм, методы использования информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе</p> <p>Может самостоятельно проектировать компоненты учебного процесса с использованием современных образовательных технологий;</p> <p>- конструировать компоненты урока в соответствии с требованиями ФГОС.</p>
--	--	---	--	--

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).

### 7.1 Основная литература:

1. Маслова, Е. Л. Менеджмент: учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. – 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 332 с. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/read?id=358214>

### 7.2. Дополнительная литература:

1. Гуськов, Ю. В. Основы менеджмента : учебник / Ю.В. Гуськов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/13396. - ISBN 978-5-16-011468-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=349438>

2. Михненко, П. А. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебник / П. А. Михненко. – Москва: Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,

2012. – (Университетская серия). – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/read?id=241912>

**7.3. Интернет-ресурсы:** не предусмотрено.

**7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. Знаниум - <https://znanium.com/>
3. IPR BOOKS - <http://www.iprbookshop.ru/>
4. eLIBRARY.RU - <https://www.elibrary.ru/>
5. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru/> (только в филиале)
6. Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <https://rusneb.ru/> (полное использование только в филиале)
7. Ивис - <https://dlib.eastview.com/>
7. Библиотека ТюмГУ - <https://library.utmn.ru/>

**8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

– **Лицензионное ПО:**

Платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Microsoft Office 2003, Microsoft Office 2007, Microsoft Office 2010, Windows, Конструктор тестов 2.5 (Keepsoft).

– **Свободно распространяемое ПО:**

7-Zip, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox, OpenOffice.org.

**9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины**

– Учебные аудитории для проведения лекций и практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: мультимедийные аудитории, укомплектованные таким оборудованием, как проектор, документ камера, проекционный экран.

– Помещения для самостоятельной работы обучающихся (компьютерные классы) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде вуза.

– Лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, для реализации данной дисциплины не предусмотрены.

На ПК установлено следующее программное обеспечение:

— Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web.

Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет.