

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Коммуникации в торговле

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

38.03.06 - Торговое дело

Направленность образовательной программы

Управление торговой и логистической деятельностью

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Коммуникации в торговле относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1: Использует государственный и иностранный (-ые) язык (-и) в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации ИД-2: Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках ИД-3: Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	ИД-1: З-1 ИД-1 Знать виды каналов коммуникации, применяемых в торговле У-1 ИД-1 Уметь определять преимущества и недостатки каналов коммуникации с потребителями в конкретной ситуации В-1 ИД-1 Владеть навыками обоснования выбора определенного канала в конкретной ситуации ИД-2: З-1 ИД-2 Знать предпочтения потребителей и партнеров в выборе канала коммуникации и иных особенностей общения У-1 ИД-2 Уметь выявить предпочтения потребителей и партнеров относительно канала и стиля общения, оценить коммуникативную компетентность В-1 ИД-2 Владеть навыками установления обратной связи в ходе коммуникации и оценки эффективности коммуникаций ИД-3: З-1 ИД-3 Знать современные средства коммуникации для потребителей У-1 ИД-3 Уметь определить	Опрос Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Тест

		<p>преимущества и недостатки современных средств коммуникации с потребителями в конкретной ситуации</p> <p>В-1 ИД-3 Владеть навыками в организации взаимодействия между каналами коммуникации</p>		
<p>ПК-5: Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации</p>	<p>ИД-1: Реализует программы разработки новых, в т.ч. инновационных товаров</p> <p>ИД-2: Реализует ассортиментную политику организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ИД-3: Реализует политику ценообразования организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ИД-4: Осуществляет распределение товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ИД-5: Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли</p>	<p>ИД-1:</p> <p>31 ИД 1 Знает особенности коммуникаций с потребителем в отношении новых товаров</p> <p>У1 ИД 1 Умеет составить коммуникационное сообщение в отношении новых товаров</p> <p>В1 ИД 1 Владеет навыками выбора коммуникационного канала и организации обратной связи в отношении нового товара</p> <p>ИД-2:</p> <p>31 ИД 2 Знает особенности коммуникаций с потребителем в отношении различных ассортиментных групп товаров</p> <p>У1 ИД 2 Умеет составить коммуникационное сообщение в отношении различных ассортиментных групп товаров</p> <p>В1 ИД 2 Владеет навыками выбора коммуникационного канала и организации обратной связи в отношении различных ассортиментных групп товаров</p> <p>ИД-3:</p> <p>31 ИД 3 Знает особенности коммуникаций с потребителем в отношении цен и возможности рассрочки на покупку</p> <p>У1 ИД 3 Умеет составить коммуникационное сообщение в отношении цен и возможности рассрочки на покупку</p>	<p>Опрос</p> <p>Тест</p> <p>Задания</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Тест</p> <p>Задания</p>

		<p><i>В1 ИД 3 Владеет навыками выбора коммуникационного канала и организации обратной связи в отношении цен и возможности рассрочки на покупку</i></p> <p><i>ИД-4:</i> <i>31 ИД 4 Знает особенности коммуникаций с потребителем в отношении различных способов доставки товара</i> <i>У1 ИД 4 Умеет составить коммуникационное сообщение в отношении различных способов доставки товара</i> <i>В1 ИД 4 Владеет навыками выбора коммуникационного канала и организации обратной связи в отношении различных способов доставки товара</i></p> <p><i>ИД-5:</i> <i>31 ИД 5 Знает особенности коммуникаций с потребителем в отношении программ лояльности и стимулирующих мероприятий</i> <i>У1 ИД 1 Умеет составить коммуникационное сообщение в отношении программ лояльности и стимулирующих мероприятий</i> <i>В1 ИД 1 Владеет навыками выбора коммуникационного канала и организации обратной связи в отношении программ лояльности и стимулирующих мероприятий</i></p>		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	3
Часов по учебному плану	108
в том числе	

аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	14
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	28
- КСР	1
самостоятельная работа	65
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/ лабора- торные работы), часы	Всего	
	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о
Тема 1 Коммуникации и коммуникационные стратегии	26	4	6	10	16
Тема 2 Коммуникативные процессы	28	4	8	12	16
Тема 3 Коммуникации в организации	28	4	8	12	16
Тема 4 Коммуникационная компетентность и эффективность коммуникаций	25	2	6	8	17
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	108	14	28	43	65

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Коммуникации и коммуникационные стратегии

Понятие коммуникаций. Значение деловых коммуникаций. Типология бизнес-коммуникаций в торговле. Коммуникационная стратегия и тактика. Коммуникационная политика и цели. Коммуникационное пространство и сети.

Тема 2. Коммуникационные процессы

Процессный подход. Деловые коммуникации как бизнес-процесс. Виды процесса коммуникаций.

Структура коммуникативного процесса: содержание, элементы, этапы

Характеристика инициатора коммуникационного процесса (отправитель). Характеристика адресата коммуникационного процесса (получателя). Характеристика содержания послания. Характеристика ситуации коммуникации

Тема 3. Коммуникации организации

Коммуникационная поддержка управления. Управление организационными коммуникациями: значение, направления, формы, методы. Коммуникационная поддержка управления Ресурсы деловых коммуникаций

Групповые процессы в организации. Внутриорганизационные коммуникации: формирование и средства. Рекламная коммуникация. Рекламное воздействие и формирование интереса к рекламе. Коммуникации и организационная культура

Тема 4. Коммуникационная компетентность и эффективность коммуникаций.

Эффективность коммуникаций. Виды эффектов. Принципы эффективных коммуникаций. Факторы эффективности достижения коммуникационных целей. Групповые и организационные факторы эффективности коммуникаций. Критерии оценки эффективности коммуникаций. Повышение эффективности коммуникаций.

Коммуникативный опыт, коммуникативная компетентность и их повышение. Коммуникативные барьеры (типология)

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Коммуникации в торговле, <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10212>.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции УК-4:

1. Понятие коммуникаций в бизнесе и торговле
2. Значение деловых коммуникаций.
3. Типология бизнес-коммуникаций в торговле.
4. Коммуникационная стратегия
5. Коммуникационная тактика
6. Коммуникационная политика
7. Коммуникационные цели.
8. Коммуникационное пространство
9. Повышение эффективности коммуникаций
10. Коммуникативный опыт.

11. Коммуникативная компетентность
12. Повышение коммуникативной компетентности
13. Типология коммуникативных барьеров

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

1. Коммуникационные сети.
2. Процессный подход к изучению коммуникаций.
3. Деловые коммуникации как бизнес-процесс.
4. Виды процесса коммуникаций.
5. Структура коммуникативного процесса: содержание, элементы.
6. Структура коммуникативного процесса: этапы
7. Характеристика инициатора коммуникационного процесса (отправитель).
8. Характеристика адресата коммуникационного процесса (получателя).
9. Характеристика содержания послания.
10. Характеристика ситуации коммуникации.
11. Коммуникационная поддержка управления.
12. Управление организационными коммуникациями: значение и направления.
13. Управление организационными коммуникациями: формы и методы
14. Ресурсы деловых коммуникаций
15. Коммуникационная поддержка управления
16. Групповые процессы в организации.
17. Формирование внутриорганизационных коммуникаций
18. Средства внутриорганизационных коммуникаций
19. Рекламная коммуникация.
20. Рекламное воздействие
21. Формирование интереса к рекламе.
22. Коммуникации и организационная культура
23. Эффективность коммуникаций.
24. Виды эффектов коммуникаций
25. Принципы эффективных коммуникаций.

26.Факторы эффективности достижения коммуникационных целей.

27.Групповые факторы эффективности коммуникаций

28.Организационные факторы эффективности коммуникаций.

29.Критерии оценки эффективности коммуникаций.

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень теоретических знаний минимально допустим или выше вплоть до объема, превышающего программу подготовки. Допускаются многочисленные, но не грубые ошибки.
не зачтено	Уровень теоретических знаний ниже минимальных требований. Допущены грубые ошибки или обучающийся отказался отвечать.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-4:

1.Формальные связи, определяемые административными актами, официальными организационно-распорядительными документами, т.е. связи, необходимые для исполнения организационных заданий, закрепления разделения и кооперации труда, его коммуникативного обеспечения - это

А) внутриличностные коммуникации

В) межличностные коммуникации

С) групповые коммуникации

Д) организационные коммуникации

2.В ходе коммуникационного процесса осуществляется перевод символов отправителя в мысли получателя. Этот этап называется

А) кодированием

В) декодированием

С) передачей

Д) обратной связью

3.Все коммуникации в организации основаны на получаемых рабочих заданиях. Согласны ли вы с этим утверждением?

А) Да

В) Нет

4.Знания, умения, навыки в области организации взаимодействия и собственно взаимодействие в деловой сфере, сочетание теории и практики общения - это

- A) Коммуникационный процесс
- B) Корпоративная культура
- C) Коммуникационная компетентность
- D) Коммуникационный барьер

5. Система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность, и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды - это

- A) корпоративная культура
- B) деловая коммуникация
- C) коммуникационный процесс
- D) коммуникационный барьер

6. Слушание, умение выступать перед аудиторией, умение работать с документами, умение устанавливать общность с собеседником с помощью жестов, внешнего вида, интонации - это

- A) коммуникативные навыки
- B) этапы коммуникационного процесса
- C) элементы коммуникационного процесса
- D) межличностные коммуникации

7. Целевой аудиторией, на которую направленно корпоративное социально-ответственное поведение, являются

- A) потребители
- B) сотрудники
- C) конкуренты
- D) партнеры
- E) все перечисленное

8. Инструмент корпоративной социальной политики, посредством которого организация добровольно предоставляет разовую или систематическую безвозмездную помощь в целях содействия нуждающимся людям, поддержки общественно значимых инициатив и пр -

- A) благотворительность
- B) спонсорство
- C) волонтерство

9. Инструмент корпоративной социальной политики, связанный с поддержкой и поощрением со стороны организации добровольных усилий сотрудников по безвозмездному предоставлению своих времени, знаний, навыков и пр. для решения социальных проблем местного сообщества - это

А) спонсорство

В) волонтерство

С) благотворительность

10.Общее представление, которое складывается у человека об организации - это

А) корпоративный имидж

В) корпоративная культура

С) корпоративная репутация

11.Являются ли элементами корпоративной социальной ответственности предприятия такие действия как финансирование мероприятий по охране здоровья работников, организация профилактических осмотров работников, корпоративных стандартов по охране труда

А) да

В) нет

12.Репутация компании влияет на

А) вовлеченность сотрудника в трудовой процесс

В) доверие покупателей к мероприятиям компании по стимулированию сбыта (акции, распродажи и пр.)

С) готовность инвестирования в компанию

Д) все ответы верны

13.Ценностные характеристики (честность, ответственность, порядочность), вызываемые общим представлением человека об организации

А) корпоративная репутация

В) корпоративный имидж

С) корпоративная культура

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

14.Инструмент корпоративной социальной политики, который представляет собой систему взаимовыгодных договорных отношений между спонсором и субсидируемой стороной, характер которых четко регламентирован и рассчитан на создание положительной реакции у потребителей и других субъектов - это

- A) спонсорство
- B) волонтерство
- C) благотворительность

15. Вниманию аудитории к выступлению снижается каждые

- A) 45 минут
- B) 15 минут
- C) 60 минут
- D) 30 минут

16. Какой способ разрешения межличностного конфликта связан с поисками взаимоприемлемого решения, частично удовлетворяющего обе стороны?

- A) Приспособление
- B) Избегание
- C) Сотрудничество
- D) Компромисс

17. Реакция, которую получатель информации доводит до сведения ее отправителя, является:

- A) Ответной реакцией
- B) Расшифровкой
- C) Обращением
- D) Обратной связью

18. Целевой аудиторией маркетинговых коммуникаций являются:

- A) Сотрудники
- B) Поставщики
- C) Потребители
- D) СМИ
- E) Все перечисленное

19. К организационным факторам повышения эффективности коммуникаций НЕ относятся:

- A) Регулирование информационных потоков
- B) Применение достижений информационных технологий
- C) Рассылка материалов информационного характера
- D) Наличие близких установок и знаний у участников коммуникации

20. После размещения рекламного объявления в различных каналах коммуникации было проанализировано количество просмотров и количество переходов по указанной ссылке. Какой метод оценки эффективности коммуникаций был использован?

- A) На основе финансовых показателей
- B) На основе нефинансовых количественных показателей
- C) На основе качественных показателей.

21. К какому элементу корпоративной культуры относятся социально-психологический климат, наличие чувства коллективизма, взаимопомощи, наличие и разделение всеми работниками ценностей и убеждений компании?

- A) Культура условий труда
- B) Культура средств труда
- C) Культура управления
- D) Культура межличностных коммуникаций

22. Возможно ли, что некоторые подразделения в рамках компании имеют собственную корпоративную субкультуру, отличающуюся от субкультур других подразделений?

- A) да
- B) нет

23. Как называется тип маркетинговых коммуникаций, которые включают всю совокупность запланированных маркетинговых коммуникаций, объединение использования всех инструментов маркетинговых коммуникаций?

- A) Интегрированные
- B) Консолидированные
- C) Объединенные
- D) Общие

24. В основе невербальной коммуникации лежит:

- A) Информация, посланная отправителем без использования слов
- B) Информация, посланная отправителем с использованием слов
- C) Другие способы передачи информации

25. Какой элемент входит в процесс обмена информацией?

- A) Канал
- B) Обратная связь
- C) Декодирование
- D) Передача информации

26. Что не относится к причинам плохой коммуникации?

- A) Необходимость декодирования
- B) Пренебрежение фактами

С) Стереотипы

Д) Предвзятые представления

27. Умение личности устанавливать и поддерживать контакты называется:

А) Коммуникабельность

В) Коммуникативная эффективность

С) Коммуникативная установка

Д) Конструктивная коммуникативность

28. Коммуникативный процесс представляет собой обмен информацией:

А) Между обществом

В) Между средствами связи

С) Между индивидами и искусственным интеллектом

Д) Между индивидами и их группами

29. По направленности коммуникативного процесса в организации выделяют:

А) Межличностные и межгрупповые коммуникации

В) Формальные и неформальные коммуникации

С) Восходящие и нисходящие коммуникации

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	количество правильных ответов 60% и более
не зачтено	количество правильных ответов менее 60%

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

Подберите один пример истории, посвященной бизнесу, предпринимательству, работе компании, продвижению в профессии и т.п., который можно было бы назвать примером использования сторителлинга. Определите жанр истории, ее основные части, главного героя и его характеристики.

Составьте небольшую историю (не более 1000 знаков) о событиях, связанных со сдачей экзамена, защитой курсовой и т.п. Главный герой - студент. Ситуация - преодоление проблем с учебой (не успевает по срокам, не может найти нужного материала, боится публичных выступлений и пр.). Это может быть история о преодолении трудностей, о поддержке и т.д. Постарайтесь соблюсти типовые требования по структуре текста. Закончите текст выводами о полученном вами жизненном опыте

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Продемонстрированы основные умения. Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач. Допускаются недочеты, негрубые ошибки, выполнение заданий не в полном объеме
не зачтено	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения и базовые навыки. Имели место грубые ошибки или обучающийся отказался отвечать

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков.	При решении стандартных задач не	Имеется минимальный набор	Продемонстрированы базовые	Продемонстрированы базовые	Продемонстрированы навыки	Продемонстрирован творческий

	Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	подход к решению нестандартных задач
--	--	--	--	---	---	--	--------------------------------------

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-4

1. Понятие коммуникаций в бизнесе и торговле
2. Значение деловых коммуникаций.
3. Типология бизнес-коммуникаций в торговле.
4. Коммуникационная стратегия
5. Коммуникационная тактика
6. Коммуникационная политика
7. Коммуникационные цели.

8. Коммуникационное пространство
9. Повышение эффективности коммуникаций
10. Коммуникативный опыт.
11. Коммуникативная компетентность
12. Повышение коммуникативной компетентности
13. Типология коммуникативных барьеров

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-5

1. Коммуникационные сети.
2. Процессный подход к изучению коммуникаций.
3. Деловые коммуникации как бизнес-процесс.
4. Виды процесса коммуникаций.
5. Структура коммуникативного процесса: содержание, элементы.
6. Структура коммуникативного процесса: этапы
7. Характеристика инициатора коммуникационного процесса (отправитель).
8. Характеристика адресата коммуникационного процесса (получателя).
9. Характеристика содержания послания.
10. Характеристика ситуации коммуникации.
11. Коммуникационная поддержка управления.
12. Управление организационными коммуникациями: значение и направления.
13. Управление организационными коммуникациями: формы и методы
14. Ресурсы деловых коммуникаций
15. Коммуникационная поддержка управления
16. Групповые процессы в организации.
17. Формирование внутриорганизационных коммуникаций
18. Средства внутриорганизационных коммуникаций
19. Рекламная коммуникация.
20. Рекламное воздействие
21. Формирование интереса к рекламе.
22. Коммуникации и организационная культура

- 23.Эффективность коммуникаций.
- 24.Виды эффектов коммуникаций
- 25.Принципы эффективных коммуникаций.
- 26.Факторы эффективности достижения коммуникационных целей.
- 27.Групповые факторы эффективности коммуникаций
- 28.Организационные факторы эффективности коммуникаций.
- 29.Критерии оценки эффективности коммуникаций.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень теоретических знаний минимально допустим или выше вплоть до объема, превышающего программу подготовки. Допускаются многочисленные, но не грубые ошибки.
не зачтено	Уровень теоретических знаний ниже минимальных требований. Допущены грубые ошибки или обучающийся отказался отвечать.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-4

- 1.Формальные связи, определяемые административными актами, официальными организационно-распорядительными документами, т.е. связи, необходимые для исполнения организационных заданий, закрепления разделения и кооперации труда, его коммуникативного обеспечения - это
 - А) внутриличностные коммуникации
 - В) межличностные коммуникации
 - С) групповые коммуникации
 - Д) организационные коммуникации
- 2.В ходе коммуникационного процесса осуществляется перевод символов отправителя в мысли получателя. Этот этап называется
 - А) кодированием
 - В) декодированием
 - С) передачей
 - Д) обратной связью
- 3.Все коммуникации в организации основаны на получаемых рабочих заданиях. Согласны ли вы с этим утверждением?
 - А) Да

В) Нет

4.Знания, умения, навыки в области организации взаимодействия и собственно взаимодействие в деловой сфере, сочетание теории и практики общения - это

А) Коммуникационный процесс

В) Корпоративная культура

С) Коммуникационная компетентность

Д) Коммуникационный барьер

5.Система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность, и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды - это

А) корпоративная культура

В) деловая коммуникация

С) коммуникационный процесс

Д) коммуникационный барьер

6.Слушание, умение выступать перед аудиторией, умение работать с документами, умение устанавливать общность с собеседником с помощью жестов, внешнего вида, интонации - это

А) коммуникативные навыки

В) этапы коммуникационного процесса

С) элементы коммуникационного процесса

Д) межличностные коммуникации

7.Целевой аудиторией, на которую направленно корпоративное социально-ответственное поведение, являются

А) потребители

В) сотрудники

С) конкуренты

Д) партнеры

Е) все перечисленное

8.Инструмент корпоративной социальной политики, посредством которого организация добровольно предоставляет разовую или систематическую безвозмездную помощь в целях содействия нуждающимся людям, поддержки общественно значимых инициатив и пр -

А) благотворительность

В) спонсорство

С) волонтерство

9.Инструмент корпоративной социальной политики, связанный с поддержкой и поощрением со стороны организации добровольных усилий сотрудников по безвозмездному предоставлению своих времени, знаний, навыков и пр. для решения социальных проблем местного сообщества - это

- А) спонсорство
- В) волонтерство
- С) благотворительность

10.Общее представление, которое складывается у человека об организации - это

- А) корпоративный имидж
- В) корпоративная культура
- С) корпоративная репутация

11.Являются ли элементами корпоративной социальной ответственности предприятия такие действия как финансирование мероприятий по охране здоровья работников, организация профилактических осмотров работников, корпоративных стандартов по охране труда

- А) да
- В) нет

12.Репутация компании влияет на

- А) вовлеченность сотрудника в трудовой процесс
- В) доверие покупателей к мероприятиям компании по стимулированию сбыта (акции, распродажи и пр.)
- С) готовность инвестирования в компанию
- Д) все ответы верны

13.Ценностные характеристики (честность, ответственность, порядочность), вызываемые общим представлением человека об организации

- А) корпоративная репутация
- В) корпоративный имидж
- С) корпоративная культура

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-5

14.Инструмент корпоративной социальной политики, который представляет собой систему взаимовыгодных договорных отношений между спонсором и субсидируемой стороной, характер которых четко регламентирован и рассчитан на создание положительной реакции у потребителей и других субъектов - это

- А) спонсорство

В) волонтерство

С) благотворительность

15.Внимание аудитории к выступлению снижается каждые

А) 45 минут

В) 15 минут

С) 60 минут

Д) 30 минут

16.Какой способ разрешения межличностного конфликта связан с поисками взаимоприемлемого решения, частично удовлетворяющего обе стороны?

А) Приспособление

В) Избегание

С) Сотрудничество

Д) Компромисс

17.Реакция, которую получатель информации доводит до сведения ее отправителя, является:

А) Ответной реакцией

В) Расшифровкой

С) Обращением

Д) Обратной связью

18.Целевой аудиторией маркетинговых коммуникаций являются:

А) Сотрудники

В) Поставщики

С) Потребители

Д) СМИ

Е) Все перечисленное

19.К организационным факторам повышения эффективности коммуникаций НЕ относятся:

А) Регулирование информационных потоков

В) Применение достижений информационных технологий

С) Рассылка материалов информационного характера

Д) Наличие близких установок и знаний у участников коммуникации

20.После размещения рекламного объявления в различных каналах коммуникации было проанализировано количество просмотров и количество переходов по указанной ссылке. Какой метод оценки эффективности коммуникаций был использован?

А) На основе финансовых показателей

В) На основе нефинансовых количественных показателей

С) На основе качественных показателей.

21. К какому элементу корпоративной культуры относятся социально-психологический климат, наличие чувства коллективизма, взаимопомощи, наличие и разделение всеми работниками ценностей и убеждений компании?

А) Культура условий труда

В) Культура средств труда

С) Культура управления

Д) Культура межличностных коммуникаций

22. Возможно ли, что некоторые подразделения в рамках компании имеют собственную корпоративную субкультуру, отличающуюся от субкультур других подразделений?

А) да

В) нет

23. Как называется тип маркетинговых коммуникаций, которые включают всю совокупность запланированных маркетинговых коммуникаций, объединение использования все инструментов маркетинговых коммуникаций?

А) Интегрированные

В) Консолидированные

С) Объединенные

Д) Общие

24. В основе невербальной коммуникации лежит:

А) Информация, посланная отправителем без использования слов

В) Информация, посланная отправителем с использованием слов

С) Другие способы передачи информации

25. Какой элемент входит в процесс обмена информацией?

А) Канал

В) Обратная связь

С) Декодирование

Д) Передача информации

26. Что не относится к причинам плохой коммуникации?

А) Необходимость декодирования

В) Пренебрежение фактами

С) Стереотипы

D) Предвзятые представления

27. Умение личности устанавливать и поддерживать контакты называется:

A) Коммуникабельность

B) Коммуникативная эффективность

C) Коммуникативная установка

D) Конструктивная коммуникативность

28. Коммуникативный процесс представляет собой обмен информацией:

A) Между обществом

B) Между средствами связи

C) Между индивидами и искусственным интеллектом

D) Между индивидами и их группами

29. По направленности коммуникативного процесса в организации выделяют:

A) Межличностные и межгрупповые коммуникации

B) Формальные и неформальные коммуникации

C) Восходящие и нисходящие коммуникации

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	количество правильных ответов 60% и более
не зачтено	количество правильных ответов менее 60%

5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-5

Подберите один пример истории, посвященной бизнесу, предпринимательству, работе компании, продвижению в профессии и т.п., который можно было бы назвать примером использования сторителлинга. Определите жанр истории, ее основные части, главного героя и его характеристики.

Составьте небольшую историю (не более 1000 знаков) о событиях, связанных со сдачей экзамена, защитой курсовой и т.п. Главный герой - студент. Ситуация - преодоление проблем с учебой (не успевает по срокам, не может найти нужного материала, боится публичных выступлений и пр.). Это может быть история о преодолении трудностей, о поддержке и т.д. Постарайтесь соблюсти типовые требования по структуре текста. Закончите текст выводами о полученном вами жизненном опыте

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Продemonстрированы основные умения. Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач. Допускаются недочеты, негрубые ошибки, выполнение заданий не в полном объеме
не зачтено	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения и базовые навыки. Имели место грубые ошибки или обучающийся отказался отвечать

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Григорян Екатерина Сейрановна. Маркетинговые коммуникации : Учебник / Пензенский государственный технологический университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 294 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-014741-3. - ISBN 978-5-16-107246-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837568&idb=0>.
2. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И. Д. Хуссейн. - Москва : Юрайт, 2023. - 68 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15010-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848114&idb=0>.
3. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум / М. Ю. Коноваленко. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 466 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-11058-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=840051&idb=0>.
4. Папкова Ольга Викторовна (Московский финансово-юридический университет). Деловые коммуникации : Учебное пособие / Московский финансово-юридический университет. - 1. - Москва : Вузовский учебник, 2024. - 160 с. - (Высшее образование). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-9558-0301-2. - ISBN 978-5-16-100641-2. - ISBN 978-5-16-006554-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=888915&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Музыкант Валерий Леонидович. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебное пособие / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2022. - 216 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-369-01121-8. - ISBN 978-5-16-102964-0. - ISBN 978-5-16-006303-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834584&idb=0>.
2. Жернакова М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. - Москва : Юрайт, 2023. - 370 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-00331-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=845230&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Копасовская Наталья Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Рецензент(ы): Ночевная У.А. Начальник отдела организации международных поставок ООО «НХ-Логистик».

Заведующий кафедрой: Чкалова Ольга Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12 ноября 2024 года, протокол № №5.