

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»

Кафедра управления производством

Согласовано
на научно-методическом совете
экономического факультета
«26» декабря 2025 г.

Утверждено
решением кафедры управления
производством
«25» декабря 2025 г.
протокол № 4

Рабочая программа дисциплины

Коммуникационный менеджмент

Направление подготовки **38.04.08 Финансы и кредит**
Направленность (профиль) программы **Финансовая аналитика и мониторинг**
Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная, заочная**

Смоленск 2025

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки
38.04.08 Финансы и кредит

Составитель

доцент кафедры

управления производством к.э.н., Н.В. Москалева

Рецензент:

доцент кафедры экономики

и бухгалтерского учёта, к.э.н. Е.В. Яроцкая

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций

1.1. Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)
Универсальная компетенция	
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД-2.УК-4 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
Универсальная компетенция УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
ИД-2.УК-4 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях	Знать: <ul style="list-style-type: none"> – виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – особенности современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях", в том числе на иностранном(ых) языке(ах),
	Уметь: <ul style="list-style-type: none"> – использовать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – классифицировать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – формулировать порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
	Владеть: <ul style="list-style-type: none"> – методологией концепции современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – методами современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – способностью применять современные коммуникативные технологии в академическом и профессиональном взаимодействиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).

2. Цели и задачи освоения учебной дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» входит в обязательную часть ОПОП ВО.

Цель дисциплины является формирование универсальных компетенций, теоретических знаний и практических навыков в области коммуникационного менеджмента; формирование комплекса базовых умений, обеспечивающих использование полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

В задачи входит овладение современным методологического и прикладного аппарата в области коммуникационного менеджмента; изучение современного состояния и тенденций развития коммуникационного менеджмента в мировой и отечественной практике; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем, связанных с коммуникационным менеджментом.

3. Объем учебной дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

3.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	2
часов	72
Аудиторная (контактная) работа, часов	20
в т.ч. занятия лекционного типа	6
занятия семинарского типа	14
Самостоятельная работа обучающихся, часов	50
контроль	2
Вид промежуточной аттестации	зачет

3.2 Заочная форма обучения

Вид учебной работы	3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	2
часов	72
Аудиторная (контактная) работа, часов	4
в т.ч. занятия лекционного типа	2
занятия семинарского типа	2
Самостоятельная работа обучающихся, часов	64
контроль	4
Вид промежуточной аттестации	зачет

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименование оценочного средства	Код ИДК	
	всего	в том числе				
		аудиторной (контактной) работы	Самостоятельной работы			
Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента	36	10	24	Коллоквиум реферат	ИД-2.УК-4	
1.1. Роль коммуникаций в менеджменте.	12	4	8			
1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления	12	4	8			
1.3. Виды коммуникаций в организации.	12	2	8			
Раздел 2. Организация коммуникационных процессов.	34	10	26	Коллоквиум, Реферат,		
2.1. Коммуникационные сети и стили.	12	4	8			
2.2. Вербальные и невербальные коммуникации.	12	4	8			
2.3. Межличностные и организационные коммуникации.	10	2	10			
Контроль	2					
Итого по дисциплине	72	20	50			

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Наименовани е оценочного средства	Код ИДК	
	всего	в том числе				
		аудиторной (контактной) работы	Самостоятельной работы			
Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента	38	2	36	Коллоквиум, реферат	ИД-2.УК-4	
1.1. Роль коммуникаций в менеджменте.	12	-	12			
1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления	12	-	12			
1.3. Виды коммуникаций в организации.	14	2	12			
Раздел 2. Организация коммуникационных процессов.	30	2	28	Коллоквиум, Реферат,		
2.1. Коммуникационные сети и стили.	11	1	10			
2.2. Вербальные и невербальные коммуникации.	10	-	10			
2.3. Межличностные и организационные коммуникации.	9	1	8			
Контроль	4					
Итого по дисциплине	72	4	64			

4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента

Цель – использовать теоретические основы коммуникационного менеджмента при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций

Задачи:

- изучить место и роль коммуникаций в менеджменте.
- процесс коммуникаций и эффективность управления;
- сформировать ключевые понятия коммуникационного менеджмента
- изучить модели коммуникаций и коммуникативных технологий в сфере управления коммуникациями

1.1. Роль коммуникаций в менеджменте.

Сущность и значение коммуникаций в системе управления. Понятие коммуникации и ее особенности. Взаимосвязь коммуникации и информации. Коммуникации как связующий процесс. Субъекты коммуникации. Коммуникативный континуум. Основные коммуникативные функции. Ответственность за коммуникации в организации. Цели коммуникаций. Коммуникации и процесс принятия решений. Эффективные коммуникации.

1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления

Понятие коммуникационного процесса. Основные элементы процесса коммуникаций. Этапы коммуникационного процесса. Участники процесса коммуникации в финансово-кредитной организации. Источники передаваемой информации и ее характеристики. Модель процесса коммуникации. Зарождение идеи. Кодирование и выбор канала передачи информации. Передача и декодирование сообщения. Двухсторонний процесс коммуникаций. Обратная связь как инструмент управления коммуникационным процессом. Формы выражения обратной связи. Влияние шума на эффективность коммуникационного процесса. Источники шума и меры по его преодолению.

1.3. Виды коммуникаций в организации.

Классификация организационных коммуникаций. Внутренние и внешние коммуникации. Характеристика вертикальных коммуникаций. Межуровневые нисходящие и восходящие коммуникации. Горизонтальные коммуникации и их характеристика. Диагональные коммуникации. Коммуникации «руководитель-подчиненный». Коммуникации между руководителем рабочей группой в финансово-кредитной организации. Значение неформальных коммуникаций в организации. Влияние слухов на коммуникационный процесс.

Раздел 2. Организация коммуникационных процессов

Цель – уметь осуществлять коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, для организации и поддержания связей с деловыми партнерами при реализации проектов

Задачи:

- изучить коммуникативные технологии в сфере управления коммуникациями
- рассмотреть современные технологии управления персоналом для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций;

- рассмотреть современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

2.1. Коммуникационные сети и стили.

Понятие коммуникационной сети и ее характеристика. Вертикальные, горизонтальные и диагональные связи коммуникационной сети. Основные типы коммуникационных сетей: последовательная, веерная и круговая сети. Критерии эффективности коммуникационных сетей. Коммуникационный стиль как способ коммуникационного воздействия индивида. Открытость в коммуникации и адекватность обратной связи.

2.2. Вербальные и невербальные коммуникации.

Понятие вербальной и невербальной коммуникации. Особенности невербальной коммуникации и ее основные типы. Вербальные методы получения информации. Вербальные методы передачи информации. Телефонные коммуникации. Особенности коммуникаций по телефону. Телефонный этикет. Письменные коммуникации. Требования, предъявляемые

к коммуникациям в письменной форме. Этика письменных коммуникаций. Интернет-коммуникации. Рекомендуемые правила поведения на форумах. Деловой этикет в коммуникативном поведении и его влияние на коммуникационный менеджмент.

2.3. Межличностные и организационные коммуникации.

Особенности межличностных коммуникаций. Шумы в межличностных коммуникациях: преграды, обусловленные восприятием, семантические барьеры, невербальные преграды, неэффективная обратная связь. Необходимость совершенствования искусства общения. Коммуникационные барьеры, связанные с содержанием сообщения, с его формой и средствами передачи. Современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия. Характеристика организационных коммуникаций. Особенности и барьеры коммуникационных воздействий в финансово-кредитной организации. Причины искажения сообщений. Информационные перегрузки. Неэффективность организационной структуры. Пути совершенствования системы коммуникаций в современной финансовой организации.

4.3 Тематический план по очной форме обучения

Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1.1. Роль коммуникаций в менеджменте.	1. Сущность и значение коммуникаций в системе управления. Коммуникации как связующий процесс. 2. Субъекты коммуникации. Основные коммуникативные функции. 3. Критерии эффективности коммуникаций. 4. Основные направления повышения эффективности коммуникаций в организации.	2
1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления	1. Понятие коммуникационного процесса. Основные элементы процесса коммуникаций. Этапы коммуникационного процесса. 2. Источники передаваемой информации и ее характеристики. 3. Модель процесса коммуникации. Источники шума и методы его преодоления. 4. Обратная связь как инструмент управления коммуникационным процессом. Формы выражения обратной связи.	2

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
1.1. Роль коммуникаций в менеджменте.	Групповая дискуссия*	2
1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления	Групповая дискуссия*	2
1.3. Виды коммуникаций в организации.	Работа в группе*	2

* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 1–6 часов

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
1.1. Роль коммуникаций в менеджменте.	8	коллоквиум реферат
1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления	8	
1.3. Виды коммуникаций в организации.	8	

Раздел 2. Организация коммуникационных процессов.

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
2.1. Коммуникационные сети и стили.	1. Понятие коммуникационной сети и ее характеристика. 2. Основные типы коммуникационных сетей. Критерии эффективности коммуникационных сетей. 3. Коммуникационный стиль как способ коммуникационного воздействия индивида. 4. Виды коммуникационных стилей и их характеристика. Открытость в коммуникации и адекватность обратной связи.	2

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
2.1. Коммуникационные сети и стили.	Работа в группе	2
2.2. Вербальные и невербальные коммуникации.	Групповая дискуссия*	4
2.3. Межличностные и организационные коммуникации.	Групповая дискуссия*	2

* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 2– 6 часов.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
2.1. Коммуникационные сети и стили.	8	коллоквиум реферат
2.2. Вербальные и невербальные коммуникации.	8	
2.3. Межличностные и организационные коммуникации.	10	

4.4. Тематический план по заочной форме обучения**Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента.****Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)**

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
1.3. Виды коммуникаций в организации.	1. Классификация организационных коммуникаций. Внутренние и внешние коммуникации. 2. Характеристика вертикальных коммуникаций. Межуровневые нисходящие и восходящие коммуникации. 3. Особенности коммуникаций «руководитель-подчиненный». Коммуникации между руководителем и рабочей группой в финансово-кредитной организации. 4. Значение неформальных коммуникаций в организации.	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
1.3. Виды коммуникаций в организации.	Работа в группе*	1

* учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 1– 1 час.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
1.1. Роль коммуникаций в менеджменте.	12	коллоквиум, реферат
1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления	12	
1.3. Виды коммуникаций в организации.	12	

Раздел 2. Организация коммуникационных процессов.

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
2.1. Коммуникационные	1. Понятие коммуникационной сети и ее характеристика.	1

е сети и стили.	2. Основные типы коммуникационных сетей. Критерии эффективности коммуникационных сетей. 3. Коммуникационный стиль как способ коммуникационного воздействия индивида. 4. Виды коммуникационных стилей и их характеристика. Открытость в коммуникации и адекватность обратной связи.	
-----------------	--	--

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Форма и метод проведения занятия	Трудоемкость, часов
2.3. Межличностные и организационные коммуникации	групповая дискуссия*	1

*** учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 2– 1час.**

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Наименование оценочного средства
2.1. Коммуникационные сети и стили.	10	коллоквиум, реферат.
2.2. Вербальные и невербальные коммуникации.	10	
2.3. Межличностные и организационные коммуникации.	8	

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами учебных занятий по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» и организационными формами обучения являются: лекция, занятия семинарского типа, консультация, самостоятельная работа обучающегося.

Лекция является одним из важнейших видов учебных занятий и составляет основу теоретической подготовки обучающихся. Ее цель - дать систематизированные основы научных знаний по учебной дисциплине (модулю), акцентировав внимание на наиболее сложных и узловых вопросах темы. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность студентов, способствовать формированию их творческого мышления. Для чтения отдельных лекций могут приглашаться ведущие ученые из других образовательных, научных учреждений, специалисты из учреждений.

Занятия семинарского типа – вид учебного занятия, на котором обучающиеся под руководством преподавателя выполняют определенные соответственно сформулированные задачи с целью усвоения научно-теоретических положений учебной дисциплины (модуля), приобретения умений и навыков их практического применения, опыта творческой деятельности, овладения современными методами практической работы, в том числе с применением технических средств.

Занятия семинарского типа могут проводиться в форме тренировок, решений практических задач, компьютерных практикумов, групповых проектов, мастер-классов, деловых и ролевых игр и т. п.

Занятия семинарского типа проводятся в аудиториях или в учебных лабораториях, оснащенных необходимыми техническими средствами обучения, вычислительной техникой.

Консультация – вид учебного занятия, на котором обучающийся получает от преподавателя ответы на конкретные вопросы или объяснения отдельных теоретических положений и их практического использования. Консультации проводятся регулярно и носят как индивидуальный, так и групповой характер. Основная задача группового консультирования – подробное либо углубленное рассмотрение вопросов теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части обучающихся. По желанию обучающихся возможно вынесение на обсуждение дополнительных вопросов, вызывающих у них особый интерес, которые не получили достаточного освещения в лекционном курсе.

Изучение отдельных тем дисциплины внеаудиторно является одним из видов самостоятельной работы и рекомендуется для студентов заочного обучения.

Студенты очного обучения изучают темы по указанию преподавателя либо по собственной

инициативе в случаях допущенных ими необоснованных пропусков занятий или в целях более углубленной проработки определённых тем, вызывающих научно-исследовательский интерес обучающегося.

Контроль успеваемости и качества подготовки обучающихся подразделяется на текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий. Он проводится в ходе всех видов учебных занятий в форме, предусмотренной тематическим планом с использованием тестовых заданий.

Промежуточная аттестация успеваемости и качества подготовки обучающихся предназначена для определения степени достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме зачета.

Обучающиеся готовятся к промежуточной аттестации самостоятельно. Подготовка заключается в изучении программного материала дисциплины с использованием личных записей, сделанных в рабочих тетрадях, и рекомендованной в процессе изучения дисциплины литературы.

6. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» представлены в виде фонда оценочных средств в приложении А к рабочей программе дисциплины.

7. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Электронные образовательные ресурсы (ЭОР)

Учебно-методическое обеспечение по дисциплине:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц	Ссылка на ЭОР в ЭБС Академии
1	Коммуникационный менеджмент: методические рекомендации для организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.04.08 Экономика / Н.В. Москалева. Смоленск: ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА, 2025. – 34 с.	https://sgsha.ru/files/biblioteka/Москалева%20Н.В.%2038.04.08%20Коммуникационный%20менеджмент%20метод.%20рек.%20для%20орг.%20сам.%20раб.ст..pdf

Электронные учебные издания в электронно-библиотечных системах (ЭБС):

№ п/п	Автор, название, место издания, год издания, количество страниц	Ссылка на учебное издание в ЭБС
<i>Основная литература</i>		
1	Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / О. С. Звягинцева, Д. С. Кенина, О. Н. Бабкина, А. П. Исаенко. — Ставрополь : СтГАУ, 2019. — 132 с.	https://e.lanbook.com/book/169724
<i>Дополнительная литература</i>		
1	Мамай, О. В. Деловые коммуникации : учебное пособие / О. В. Мамай, И. Н. Мамай. — Самара : СамГАУ, 2025. — 249 с.	https://reader.lanbook.com/book/511520
2	Бочарова, Т. И. Деловые коммуникации. Практикум : учебное пособие для вузов / Т. И. Бочарова, А. И. Михайлова. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 140 с.	https://reader.lanbook.com/book/503395

7.2 Современные профессиональные базы данных

«Гарант-аналитик» <http://www.garant.ru/>

«КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>

7.3. Информационные справочные системы

Информационные системы Минсельхоза России <http://opendata.mcх.ru/opendata/>

Федеральная служба государственной статистики <https://www.rosstat.gov.ru/>

Центральный банк Российской Федерации <https://cbr.ru/>

Информационная система Минэкономразвития России <https://www.economy.gov.ru/>

7.4. Состав оборудования, технических средств обучения, лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование учебных аудиторий для проведения учебных занятий и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования (в т.ч. виртуальные аналоги) и технических средств обучения	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства
Учебная аудитория 414 для проведения занятий лекционного типа в учебном корпусе № 1, расположенном по адресу: 214000, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Большая Советская, д. 10/2	Количество посадочных мест - 120 - стол преподавателя - 2 шт. - стул преподавателя - 2 шт. - аудиторная доска – 1 шт. - трибуна – 1 шт. - оборудование: аудиосистема акустическая (оборудование звукоусиления), блок управления для экранов, мультимедиа-проектор Plus U-7, настенно-потолочный экран с электропроводом Da-LiteCosmopolitan – 1 шт., ноутбук ASUS U53J с выходом в сеть «Интернет».	1.Операционная система Windows 7, Windows 10 для образовательных организаций (Подписка AzureDevToolsforTeaching по программе MicrosoftImaginePremium в рамках соглашения №1204024138 от 01.02.2021) 2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013, 2016, 2022 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014) 3. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity 1 yearEducationalRenewalLicense (Сублицензионный договор №ПО-56/20 от 18.05.2020)
Учебная аудитория 212 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в учебном корпусе № 1, расположенном по адресу: 214000, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Большая Советская, д. 10/2	Количество посадочных мест - 30 - стол преподавателя - 1 шт. - стул преподавателя - 1 шт. - аудиторная доска – 1 шт. - трибуна – 1 шт. - стенды обучающие – 7 шт.	
Учебная аудитория 203 - помещение для самостоятельной работы в учебном корпусе № 1, расположенном по адресу: 214000, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Большая Советская, д.10/2	Количество посадочных мест - 18 - стол преподавателя - 1 шт. - стул преподавателя - 1 шт. - магнитно-маркерная доска – 1 шт. - оборудование: проектор InFocus, экран настенный – 1 шт. Компьютер в сборе с выходом в сеть «Интернет» с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации – 19 шт. - технические средства обучения: пакет офисных приложений Microsoft «OfficeStandart 2013 Russian OLP NL AcademicEdition».	1.Операционная система Windows 7, Windows 10 для образовательных организаций (Подписка AzureDevToolsforTeaching по программе MicrosoftImaginePremium в рамках соглашения №1204024138 от 01.02.2021) 2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013, 2016, 2022 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014) 3. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity 1 yearEducationalRenewalLicense (Сублицензионный договор №ПО-56/20 от 18.05.2020)

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и
промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Коммуникационный менеджмент

Направление подготовки **38.04.08 Финансы и кредит**

Направленность (профиль) программы **Финансовая аналитика и
мониторинг**

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная, заочная**

Смоленск 2025

1.Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Индикаторы достижений компетенций	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
ИД-2УК-4 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействии	Пороговый (удовлетворительно)	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях" – особенности современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях" – порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – классифицировать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях"формулировать порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях", в том числе на иностранном(ых) языке(ах) <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методологией концепции современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном – методами современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном – способностью применять современные коммуникативные технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях", в том числе на иностранном(ых) языке(ах). 	Коллоквиум, Написание реферата Тестирование Выполнение практического задания
	Продвинутый (хорошо)	<p>Твердо знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях" – особенности современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях" – порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях", в том числе на иностранном(ых) языке(ах). <p>Умеренно умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях" – классифицировать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях" – формулировать порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия 	

		Умеренно владеет: <ul style="list-style-type: none"> – методологией концепции современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном – методами современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном – способностью применять современные коммуникативные технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях", в том числе на иностранном(ых) языке(ах) 	
	Высокий (отлично)	Сформировавшееся систематическое знание: <ul style="list-style-type: none"> – видов современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – особенности современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях" – порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях", в том числе на иностранном(ых) языке(ах) Сформировавшееся систематическое умение: <ul style="list-style-type: none"> – использовать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – классифицировать виды современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях – формулировать порядок применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) Сформировавшееся систематическое владение: <ul style="list-style-type: none"> – методологией концепции современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном – методами современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном – способностью применять современные коммуникативные технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях", в том числе на иностранном(ых) языке(ах) 	

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (ниже порогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение реферата	реферат студентом не представлен	имеются существенные отступления от требований к реферированию	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты.	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к

				внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
Коллоквиум	у студента имеются отдельные представления об изученном материале, но все же большая часть материала не усвоена.	-обнаруживает усвоение основного материала, но испытывает затруднение при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных и уточняющих вопросов преподавателя; -предпочитает отвечать на вопросы, воспроизводящего характера и испытывает затруднение при ответах на видоизмененные вопросы;	-знает изученный материал; отвечает без особых затруднений на вопросы преподавателя -умеет применять полученные знания на практике.	-обнаруживает усвоение всего объема материала; -выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется при ответах на видоизмененные вопросы; -свободно применяет полученные знания на практике.

Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине «Коммуникационный менеджмент».

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет)

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение итогового теста (из 15 возможных вопросов варианта) и решение практического задания	имеет только отдельные представления об изучаемом материале, правильных ответов на предложенный тест менее 8, практическое задание решено не правильно или не решено	испытывает затруднения при самостоятельном воспроизведении материала, практическое задание решено с ошибками, ответов на предложенный тест 9-11	умеет применять полученные знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает серьезных ошибок, ответов на предложенный тест 12-13	свободно применяет знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает ошибок, ответов на предложенный тест 14-15

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для текущего контроля - коллоквиума по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Методика проведения. Коллоквиум проводится в рамках семинарского занятия в учебной аудитории в форме индивидуальной беседы преподавателя с обучающимся после самостоятельного изучения студентом соответствующих тем с целью выяснения объема знаний студентов по изученному материалу. Вопросы для подготовки выдает преподаватель.

Раздел 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента.

Тема 1.1. Роль коммуникаций в менеджменте

1. Что такое коммуникация и в чем ее особенности?
2. Какова роль коммуникаций в системе управления?
3. В чем заключается взаимосвязь между коммуникацией и информацией?
4. Почему коммуникации называют связующим процессом в менеджменте?
5. Кто являются субъектами коммуникации в организации?
6. Что представляет собой коммуникативный континуум?
7. Какие основные функции выполняют коммуникации в организации?
8. Какая ответственность лежит на менеджерах за коммуникации в организации?
9. Каковы главные цели коммуникаций в управленческом процессе?
10. Как коммуникации влияют на процесс принятия решений в менеджменте?
11. Что делает коммуникации эффективными?
12. Какие барьеры могут возникать в процессе коммуникации в организации?
13. Чем отличается внутренняя коммуникация от внешней в управлении?
14. Какую роль играют невербальные коммуникации в менеджменте?
15. Каким образом коммуникации способствуют достижению стратегических целей организации?

Тема 1.2. Процесс коммуникаций и эффективность управления

1. Что такое коммуникационный процесс и его роль в управлении?
2. Какие основные элементы включает процесс коммуникаций?
3. Каковы основные этапы коммуникационного процесса?
4. Кто являются участниками процесса коммуникации в финансово-кредитной организации?
5. Какие источники информации существуют и каковы их характеристики?
6. В чем суть модели процесса коммуникации?
7. Как происходит зарождение идеи и ее кодирование в процессе коммуникаций?
8. Как правильно выбрать канал передачи информации?
9. Почему обратная связь является важным инструментом управления коммуникационным процессом?
10. Как шум влияет на эффективность коммуникации и какие существуют методы его преодоления?

Тема 1.3. Виды коммуникаций в организации

1. Как классифицируются организационные коммуникации?
2. В чем разница между внутренними и внешними коммуникациями?
3. Какие особенности характерны для вертикальных коммуникаций?

4. В чем суть нисходящих и восходящих межуровневых коммуникаций?
5. Что представляют собой горизонтальные коммуникации и какова их роль?
6. Какова сущность диагональных коммуникаций в организации?
7. Как строятся коммуникации между руководителем и подчиненным?
8. Какие особенности коммуникаций между руководителем и рабочей группой в финансово-кредитной организации?
9. Какова роль неформальных коммуникаций в организации?
10. Как слухи могут влиять на коммуникационный процесс и как с ними бороться?

Раздел 2. Организация коммуникационных процессов.

Тема 2.1. Коммуникационные сети и стили

1. Что понимается под коммуникационной сетью и какова ее характеристика?
2. В чем особенности вертикальных, горизонтальных и диагональных связей в коммуникационных сетях?
3. Какие основные типы коммуникационных сетей существуют и каковы их особенности?
4. Чем характеризуется последовательная коммуникационная сеть?
5. Как работает всеуровневая коммуникационная сеть и в каких случаях она эффективна?
6. Что представляет собой круговая коммуникационная сеть?
7. По каким критериям оценивается эффективность коммуникационных сетей?
8. Как определить коммуникационный стиль индивида?
9. Почему открытость в коммуникации важна для успешного взаимодействия?
10. Какова роль адекватной обратной связи в коммуникационном процессе?

Тема 2.2. Вербальные и невербальные коммуникации

1. Что такое вербальная и невербальная коммуникация?
2. Какие основные типы невербальной коммуникации существуют?
3. Каковы вербальные методы получения информации?
4. Какими способами осуществляется вербальная передача информации?
5. В чем особенности телефонных коммуникаций?
6. Что включает в себя телефонный этикет?
7. Какие требования предъявляются к письменным коммуникациям?
8. Каковы основные принципы этики письменных коммуникаций?
9. Какие правила рекомендованы для поведения на интернет-форумах?
10. Как деловой этикет влияет на коммуникационный менеджмент?

Тема 2.3. Межличностные и организационные коммуникации

1. В чем особенности межличностных коммуникаций?
2. Какие шумы и преграды могут возникать в межличностных коммуникациях?
3. Что представляют собой семантические барьеры и невербальные преграды?
4. Почему важна эффективная обратная связь для межличностного общения?
5. Какие барьеры связаны с содержанием, формой и средствами передачи сообщений?
6. Как современные коммуникативные технологии помогают в академическом и профессиональном взаимодействии?
7. Что характеризует организационные коммуникации в финансово-кредитной организации?
8. Какие основные причины искажения сообщений в организационной коммуникации?
9. Как информационные перегрузки влияют на эффективность коммуникаций?
10. Какие пути совершенствования системы коммуникаций в современной финансовой организации можно выделить?

Примерные темы для написания рефератов по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Методика написания реферата. Написание реферата является важным элементом самостоятельной работы студентов в целях приобретения ими необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

С помощью рефератов студенты глубже постигают наиболее сложные проблемы курса, учатся лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Объем реферата не менее 10 страниц.

Структура реферата:

- Титульный. лист.
- Содержание.
- Введение (дается постановка вопроса, объясняется выбор темы, ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи реферата, дается характеристика используемой литературы).
- Основная часть (состоит из глав и подглав, которые раскрывают отдельную проблему или одну из ее сторон и логически являются продолжением друг друга).
- Заключение и выводы (подводятся итоги и даются обобщенные основные выводы по теме реферата, делаются рекомендации).
- Список литературы.

В списке литературы должно быть не менее 10 различных источников.

Студенты представляют рефераты на контактных занятиях в виде выступления продолжительностью 5 – 7 минут и ответов на вопросы слушателей.

Примерные темы рефератов к разделу 1

1. Место и роль коммуникаций в современной организации.
2. Организация коммуникационного процесса в современной компании.
3. Основные направления повышения эффективности коммуникаций в организации.
4. Пути совершенствования системы коммуникаций в современной организации.
5. Место и роль интернет-коммуникаций в деятельности современной организации.
6. Особенности коммуникаций в условиях интернационализации бизнеса.
7. Современные деловые коммуникации: проблемы и пути решения.
8. Роль и значение коммуникаций в финансовом секторе: влияние на принятие решений.
9. Эффективные стратегии коммуникации между банками и их клиентами.
10. Влияние цифровых технологий на коммуникационные процессы в финансовой сфере.
11. Коммуникационные риски в финансовом секторе: методы их минимизации.
12. Роль социальных медиа в продвижении финансовых услуг.
13. Коммуникационные стратегии инвестиционных компаний: анализ и оценка.
14. Прозрачность и доверие в финансовых коммуникациях: пути достижения.
15. Финансовое консультирование и коммуникации: современные подходы и тенденции.

Примерные темы рефератов к разделу 2

1. Значение неформальных коммуникаций в деятельности современной организации.
2. Особенности невербальной коммуникации в деловом общении.
3. Отличительные черты деловых коммуникаций в XXI веке.
4. Развитие коммуникаций в условиях глобализации.
5. Влияние коммуникационных технологий на развитие экономики и управления.
6. Специфика банковских коммуникаций и особенности интернет-коммуникаций в банковской сфере в России.

7. Организация эффективной обратной связи в коммуникационном процессе.
8. Формирование модели процесса коммуникации в современной организации.
9. Методы преодоления коммуникационных барьеров.
10. Невербальные коммуникации как фактор успешного делового общения.
11. Анализ коммуникационных стилей в организации.
12. Организация коммуникационных процессов в компаниях с централизованным и децентрализованным управлением.
13. Влияние корпоративной культуры на коммуникационные процессы в банках и финансовых учреждениях.
14. Этические аспекты финансовых коммуникаций: важность и проблемы соблюдения.
15. Коммуникационные стратегии в условиях финансового кризиса.
16. Роль финансового PR в формировании позитивного имиджа компании.
17. Сравнительный анализ коммуникационных стратегий различных финансовых институтов.
18. Влияние глобализации на коммуникационные процессы в финансовом секторе.
19. Психологические аспекты восприятия финансовых коммуникаций клиентами.
20. Использование больших данных (Big Data) в финансовых коммуникациях.
21. Коммуникационные барьеры в финансовом секторе и пути их преодоления.
22. Влияние регуляторных требований на коммуникационную политику финансовых организаций.
23. Инновации в финансовых коммуникациях: от традиционных методов к современным технологиям.
24. Стратегии коммуникации при запуске новых финансовых продуктов и услуг.
25. Управление коммуникациями в банковской сфере.

**Комплект примерных заданий для промежуточной аттестации (зачет)
по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»**

Зачет проводится в виде итогового теста и решения практического задания. Для выполнения отводится 90 минут.

Примерные задания итогового теста

1. Что является конечной целью коммуникаций в финансовой сфере для публичной компании?
 - а) Увеличить количество новостных упоминаний
 - б) Повысить стоимость акций любой ценой
 - в) Сформировать и поддерживать доверие инвесторов, клиентов и регуляторов
 - г) Создать вирусный контент в социальных сетях
2. Как называется обязательное раскрытие информации о существенных фактах, влияющих на стоимость ценных бумаг эмитента?
 - а) Маркетинговая кампания
 - б) Раскрытие инсайдерской информации (раскрытие информации)
 - в) Аналитический отчет
 - г) Годовой отчет
3. Кто является ключевой целевой аудиторией для коммуникаций финансовой организации в кризисной ситуации?
 - а) Широкая общественность
 - б) Регуляторы (ЦБ РФ), ключевые инвесторы, крупные клиенты
 - в) Конкуренты

г) Сотрудники смежных отделов

4. Какой документ является основным инструментом регулярной коммуникации с инвесторами?

- а) Пресс-релиз о новом продукте
- б) Пост в корпоративном блоге
- в) Годовой отчет (по МСФО/РСБУ)
- г) Брошюра для клиентов

5. Что означает аббревиатура IPO в контексте финансовых коммуникаций?

- а) Международная программа организации
- б) Первичное публичное размещение акций
- в) Инвестиционный портфельный отдел
- г) Индекс потребительских обязательств

6. В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая:

- а) производит товары и услуги, известные обществу;
- б) демонстрирует общественности организационные ценности;
- в) верны оба варианта;
- г) неверен ни один из вариантов.

7. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит выработка общей коммуникативной стратегии фирмы?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

8. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит формирование и продвижение позитивного привлекательного имиджа фирмы (институциональная корпоративная реклама)?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

9. Необходимый минимум работ для организации эффективных коммуникаций в организации включает в себя:

- а) аналитические работы;
- б) медиарилейшнз;
- в) планирование и прогнозирование;
- г) аналитические работы и медиарилейшнз;
- д) аналитические работы и планирование;
- е) медиа рилейшнз и планирование.

10. Выберите один вариант ответа. Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:

- а) экономического;
- б) культурного;
- в) паблицитного капитала клиента.

11. Является ли компетентность формирования концепции одним из основных профессиональных требований к менеджеру по коммуникациям?

- а) да, является;
- б) нет, не является.

12.Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи—это:

- а)реклама;
- б)пропаганда;
- в) пабликрилейшнз.

13.Традиционно «слабым местом» финансово-кредитной организации считаются:

- а)восходящие коммуникации;
- б)нисходящие коммуникации;
- в)горизонтальные коммуникации.

14.По отношению к неформальной коммуникации в организации выделяется несколько коммуникативных ролей:

- а)«посыльные»;
- б)«интерпретаторы»;
- в)«скептики»;
- г)«сторонники»;
- д)«противники»;
- е)«принимающие решения».

15.В стратегическом планировании коммуникаций различают следующие основные группы целей Какой пункт в этом списке лишний?

- а) цели выхода;
- б)цели влияния;
- в)цели отношения.

16.Экспонирование сообщения, его понимание и удержание в памяти относится к

- а)информационным целям;
- б)целям отношения (установок);
- в)целям поведения.

17.Формирование взглядов на организацию и ее действия, их закрепление и изменение относится к

- а)информационным целям;
- б)целям отношения (установок);
- в)целям поведения.

18.Такие цели, как повышение посещаемости мероприятий, проводимых фирмой, переубеждение группы протестующих против некоторых проектов фирмы от активных действий, относятся к

- а)информационным целям;
- б)целям отношения (установок);
- в)целям поведения.

19.Верно ли, что матричная структура отдела коммуникации характерна для коммуникационного менеджмента в бизнесе и промышленности?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

20.Краткосрочные или непосредственные результаты конкретной программы или деятельности в области связей с общественностью—это:

- а)итоги коммуникационной кампании;

б) результаты коммуникационной кампании.

21. Изменения мнения, отношения и поведения со стороны целевой аудитории, вызванные распространенными материалами, сообщениями—это:

- а) итоги коммуникационной кампании;
- б) результаты коммуникационной кампании.

22. Является ли экономическая эффективность одной из организационных ценностей, отражающихся в корпоративной культуре?

- а) да, является;
- б) нет, не является.

23. Учет состава аудитории, содержания и характера выступления, объективная самооценка оратора — это факторы, влияющие на

- а) Деловую беседу
- б) Принятие решения при переговорах
- в) На ход дискуссии
- г) Коммуникативное общение

24. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:

- а) Жестов
- б) Информационных технологий
- в) Определенного темпа речи
- г) Похлопываний по плечу
- д) Устной речи

25. Аудиторией коммуникации является:

- а) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;
- б) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;
- в) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;
- г) группа людей, которые получают информационные обращения;
- д) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

26. Какой пункт в этом списке лишний? Деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой, путем реализации коммуникационной политики—это:

- а) стратегия коммуникации;
- б) коммуникационный менеджмент;
- в) коммуникационный аудит.

27. Какое понятие более общее:

- а) коммуникационная политика;
- б) коммуникационный менеджмент.

28. Верно ли, что коммуникационная политика включает в себя, в частности, планирование обратной связи?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

29.Слухи относятся к:

- а)формальной;
- б)неформальной коммуникации в организации?

30.В практике коммуникационного менеджмента «хорошей» называется организация, которая:

- а)предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам;
- б)ведет социально одобряемую деятельность;
- в)верны оба варианта;
- г)неверен ни один из вариантов.

Примерные варианты практического задания

Задание 1. «Инцидент с утечкой данных».

Ситуация: Клиенты банка «АВС» получили СМС и письма от мошенников, которые точно знали их ФИО, последние цифры карты и сумму последней транзакции. В соцсетях началась паника. Регулятор (ЦБ) запросил официальные разъяснения.

Задание для студента/группы:

1. Составьте план первых 24 часов для PR-департамента и пресс-службы.
2. Напишите текст официального заявления для клиентов (публикация на сайте и в соцсетях).
3. Составьте черновик ответа на запрос регулятора (в формате служебной записки).

Задание 2. «Отрицательная публикация в СМИ».

Ситуация: Крупное деловое издание выпустило статью «Темная сторона «КредитЭкспресс»: как заемщиков загоняют в долговую яму». В статье приведены кейсы реальных клиентов, графики скрытых комиссий и резкая критика продуктов.

Задание:

- 1.Проведите анализ статьи и составьте перечень основных претензий.
- 2.Разработайте две стратегии ответа:
 - а) публичная конфронтация, б) конструктивный диалог.
- 3.Напишите письмо на имя главного редактора в рамках стратегии конструктивного диалога.

Задание 3. «Подготовка к Road Show (Дорожное шоу)»

Ситуация: Региональный банк «Сибирь» планирует выпуск биржевых облигаций. Необходимо привлечь портфельных инвесторов.

Задание:

- 1.Составьте список ключевых тем для презентации перед инвесторами.
- 2.Создайте структуру инвестиционного меморандума (кратко, основные разделы).
- 3.Сформулируйте 3 ключевых инвестиционных тезиса (почему стоит купить эти облигации).

Задание 4. «Объяснение сложного продукта»

Ситуация: Банк запускает новую инвестиционно-страховую программу (Unit-Linked). Это сложный продукт на стыке страхования жизни и инвестиций.

Задание:

- 1.Разработайте коммуникационную матрицу: какие каналы и какие сообщения для разных аудиторий (частные клиенты premium-сегмента, партнеры-брокеры, внутренние продавцы).
- 2.Напишите короткий текст (пост) для соцсетей, который просто и без обмана объясняет суть и выгоду продукта.
- 3.Подготовьте памятку для call-центра с ответами на 5 самых вероятных сложных вопросов клиентов.

Задание 5. «Внутренний кризис: сокращение штата»

Ситуация: Банк оптимизирует розничную сеть и закрывает 30 отделений в малых городах. Это затрагивает 200 сотрудников.

Задание:

1. Разработайте план внутренних коммуникаций для уведомления сотрудников.
2. Напишите проект письма от председателя правления коллективу.
3. Составьте рекомендации для линейных руководителей о проведении личных встреч с увольняемыми сотрудниками.

Задание 6. «Клиентский кейс в B2B-сегменте»

Ситуация: Банк «Деловой» предоставил сложную эквайринговую систему и кредитную линию для крупной федеральной розничной сети «Маркет».

Задание:

1. Подготовьте кейс для сайта банка (структура: задача клиента, решение банка, количественные и качественные результаты).
2. Адаптируйте этот кейс в формат короткой презентации (5 слайдов) для встречи с потенциальным клиентом.

Задание 7. «Коммуникационное сопровождение ребрендинга МФО»

Исходные данные: Микрофинансовая организация «Быстроденьги» меняет название на «Финансовая платформа "Капитал"». Цель — уйти от образа «до зарплаты», позиционироваться как технологичная финтех-компания для решения краткосрочных задач малого бизнеса и самозанятых.

Комплексное задание (групповой проект):

1. Анализ стейкхолдеров: Составьте карту всех заинтересованных сторон (клиенты, регулятор (ЦБ), СМИ, партнеры, сотрудники) и их ожиданий/рисков.
2. Коммуникационная стратегия: Разработайте этапную стратегию за 3 месяца до и 3 месяца после запуска.
3. Набор инструментов: Создайте прототипы ключевых материалов:
 - Пресс-релиз о ребрендинге.
 - Скрипт для колл-центра.
 - Серию постов в соцсетях, объясняющую изменения.
 - Внутреннюю рассылку для сотрудников.
4. План работы с рисками: Спрогнозируйте 3 основных негативных сценария (например, «клиенты подумают, что компания закрывается» или «волна негатива в СМИ») и подготовьте ответные действия для каждого.

Задание 8. Проанализируйте ситуации, разработайте механизм критики для каждой ситуации, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Подчиненный вам работник, талантливый специалист творческого типа, в возрасте, обладает статусом и личностными достижениями, пользуется большой популярностью у деловых партнеров, решает любые проблемы и великолепно взаимодействует. Вместе с тем у вас не сложились отношения с этим работником. Он не воспринимает вас как руководителя, ведет себя достаточно самоуверенно и амбициозно. В его работе вы нашли некоторые недочеты и решили высказать ему критические замечания, однако ваш предыдущий опыт свидетельствует о его негативной реакции на критику: он становится раздражительным и настороженным. Как вести себя?

Задание 9. Проанализируйте ситуации, разработайте механизм критики для каждой ситуации, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Вслед за кратким выговором вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за партнером, вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал, как всегда, шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая сегодня произошла у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора. Что вы предпримете?

Задание 10. Проанализируйте ситуации, разработайте механизм критики для каждой ситуации, проведите дискуссию по обсуждению предлагаемых вариантов критики, выберите наиболее конструктивные приемы.

Вы приняли на работу молодого способного специалиста, только окончившего престижный институт. Он отлично справляется с работой. Уже закончил несколько проектов, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Вы каждый день получаете такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление по поводу его грубости. Какие замечания и каким образом необходимо сделать молодому специалисту, чтобы изменить его стиль общения в коллективе?