

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

В.Г. Шубаева

20 23 г.

**Разработка и реализация коммуникационной стратегии
компании**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/
Специальность

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы/
Специализация

Стратегические коммуникации в бизнесе

Уровень высшего образования

Магистратура

Форма обучения

очная

Год набора

2023

Составитель(и):

к.филос.н., Сыркина Алина Николаевна

Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах: Экзамен: семестр 2 Курсовая работа: семестр 2
в том числе:		
контактная работа	42	
самостоятельная работа	102	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	2
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	18
Практические занятия	24
Лабораторные работы	0
Итого аудиторных часов	42
Самостоятельная работа	102
Часы на контроль	36
Итого академических часов	180
Общая трудоемкость в зачетных единицах	5

Санкт-Петербург

2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*	4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
5.1 Рекомендуемая литература	5
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства	6
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД).....	6
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	9
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	11
1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации	11
1.2 Темы письменных работ.....	12
1.3 Контрольные точки	13
1.4 Другие объекты оценивания	13
1.5 Самостоятельная работа обучающегося	13
1.6 Шкала оценивания результата	13

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Дать общие сведения о принципах разработки и реализации коммуникационной стратегии компании.
--------------	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Разработка и реализация коммуникационной стратегии компании относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5 - Способен разрабатывать и реализовывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера	ПК-5.1 - Составляет аналитическую и прогностическую документацию в области рекламы и связей с общественностью; разрабатывает и реализовывает стратегические коммуникационные концепции	<p>Знать: основные характеристики и компоненты коммуникационной стратегии.</p> <p>Уметь: выбирать коммуникационные инструменты для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>Владеть: навыками использования инструментов целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии компании.</p>
ПК-3 - Способен разрабатывать эффективную коммуникационную стратегию, в том числе управлять антикризисными и событийными коммуникациями компании	ПК-3.1 - Применяет методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике, интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	<p>Знать: виды аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Уметь: выбирать корректные стратегические коммуникационные концепции.</p> <p>Владеть: навыками разработки и реализации планов, программ коммуникационной стратегии компании, используя аналитическую и прогностическую документацию.</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Понятие и виды коммуникационной стратегии. Стратегические коммуникации и коммуникационная стратегия. Коммуникационная политика и коммуникационная стратегия.	Понятия «стратегические коммуникации» и «коммуникационная стратегия» и их соотношение. Виды стратегии. Различные подходы к концепту «коммуникационная стратегия». Соотношение понятий «коммуникационная политика» и «коммуникационная стратегия» . Характеристики коммуникационной стратегии.	2	2		14
Тема 2. Компоненты коммуникационной стратегии: корпоративная философия, корпоративная миссия, корпоративное видение, корпоративное кредо, корпоративный слоган.	Виды корпоративных интеграторов: вербально-содержательные (миссия, философия, слоган, история) и символические (нейм, логотип, гимн).	2	2		14
Тема 3. Корпоративные интеграторы стратегии.	Корпоративные ценности как базис корпоративной философии в стратегии компании. Корпоративная миссия как социальная целеустановка стратегического развития компания. Виды миссии. Корпоративное видение как стратегическая бизнес-установка компании.	4	4		14
Тема 4. Планирование коммуникационной стратегии: виды анализа ситуации, виды аналитической и прогностической документации для разработки коммуникационной стратегии.	Ситуационный анализ и его компоненты. Разновидности аналитической документации компании. Медиапланирование и медиаплан в стратегическом планировании деятельности компании.	2	4		14

Тема 5. Цели (глобальные и оперативно-тактические) и задачи коммуникационной стратегии.	Цели (глобальные и оперативно-тактические) коммуникационной стратегии. Формулирование задач коммуникационной стратегии.	2	4		14
Тема 6. Инструменты реализации коммуникационной стратегии компании.	Медиаинструменты реализации коммуникационной стратегии компании. Инструменты сторителлинга в реализации коммуникационной стратегии компании. Стратегические ивенты компании. Digital-инструменты реализации коммуникационной стратегии компании.	4	4		16
Тема 7. Планирование и реализация коммуникационной стратегии бизнес-компании.	Соотношение бизнес-стратегии и коммуникационной стратегии бизнес-организации. Планирование коммуникационной стратегии бизнес-компании в зависимости от типа бизнес-организации и ее бюджета. Планирование эффективности коммуникационной стратегии.	2	4		16
Контроль:					36
Всего по дисциплине:		18	24	0	102

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с	https://new.znaniy.com/catalog/product/953324
Агафонов, В. А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры : монография / В.А. Агафонов. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 276 с.	https://new.znaniy.com/catalog/product/975795
Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н., - 2-е изд. - Москва : Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 336 с.	https://new.znaniy.com/catalog/product/1068857
Дементьева, А. Г. Корпоративное управление: Учебник / Дементьева А.Г. - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 496 с.	https://new.znaniy.com/catalog/product/1030241
Антонова, Н.В. Восприятие брендов и стратегии	https://new.znaniy.com/catalog/product/1018697

потребительского поведения [Электронный ресурс] / Н.В. Антонова. - М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. - 211 с	
Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.	https://new.znaniium.com/catalog/product/543676
Исаев, Р. А. Банк 3.0: стратегии, бизнес-процессы, инновации : монография / Р.А. Исаев. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 161 с.	https://new.znaniium.com/catalog/product/994352
Экономические стратегии развития бизнеса: проблемы, идеи и перспективы : сборник статей открытой межвузовской научно-практической конференции преподавателей кафедры экономики / под общ. ред. М.А. Меньшиковой, Л.В. Гореловой. - Королёв, Московская обл. : МГОТУ ; Москва : Научный консультант, 2017. - 270 с.	https://new.znaniium.com/catalog/product/1023892

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- LibreOffice
- ОС Альт образование 10

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru

11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
12.	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unescop.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

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

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 209 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 16 посадочных мест (16 компьютерных столов, 16 стульев), учебная мебель на 18 посадочных мест (9 учебных столов, 18 стульев), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка, стойка, Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 16 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран с электроприводом ScreenMedia Champion 203x153см (SCM-4303) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 363 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 12 посадочных мест, учебная мебель на 8 посадочных мест (учебных столов 8 шт., стульев 16 шт.), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка стойка 1 шт., жалюзи 1 шт. Компьютер Universal №1 - 4 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 Gb/500Gb/Acer V193 19" - 10 шт., Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 1 шт., Сетевой коммутатор Switch на 24+2 порта - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
Ауд. 347 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 12 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка стойка 1шт. Переносной мультимедийный комплект: Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA, Мультимедийный проектор LG PF1500G. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;

- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

1. Понятия «стратегические коммуникации» и «коммуникационная стратегия» и их соотношение.
2. Различные подходы к концепту «коммуникационная стратегия».
3. Характеристики коммуникационной стратегии.
4. Цели и задачи стратегического анализа.
5. Виды стратегии.
6. Особенности конкурентной стратегии.
7. Особенности функциональной стратегии.
8. Особенности корпоративной стратегии.
9. Стратегия фокусирования.
10. Стратегия инновации.
11. Субъекты коммуникационного стратегирования.
12. Соотношение понятий «коммуникационная политика» и «коммуникационная стратегия».
13. Корпоративные ценности как базис корпоративной философии.
14. Корпоративная миссия как социальная целеустановка стратегического развития компания.
15. Виды корпоративной миссии.
16. Корпоративный слоган в реализации корпоративной стратегии.
17. Корпоративное видение как стратегическая бизнес-установка компании.
18. Вербально-содержательные корпоративные интеграторы.
19. Нейм и нейминг как стратегические корпоративные интеграторы.
20. Символические корпоративные интеграторы.
21. Ситуационный анализ и его компоненты.
22. Разновидности аналитической документации компании.
23. Медиапланирование и медиаплан в стратегическом планировании деятельности компании.
24. Цели глобальные коммуникационной стратегии.
25. Цели оперативно-тактические коммуникационной стратегии.
26. Формулирование задач коммуникационной стратегии.
27. Медиаинструменты реализации коммуникационной стратегии компании.
28. Информационное партнерство в реализации коммуникационной стратегии компании.
29. Инструменты сторителлинга в реализации коммуникационной стратегии компании.
30. История компании в ее коммуникационной стратегии.
31. Стратегические ивенты компании.
32. Digital-инструменты реализации коммуникационной стратегии компании.
33. Соотношение бизнес-стратегии и коммуникационной стратегии бизнес-организации.
34. Соотношение бизнес-стратегии и коммуникационной стратегии бизнес-организации.
35. Этапы развития стратегической сферы бизнеса.
36. Планирование коммуникационной стратегии бизнес-компании в зависимости от типа бизнес-организации и ее бюджета.
37. Планирование эффективности коммуникационной стратегии.
38. Соотношение понятий «брендинг» и «коммуникационная стратегия бренда».
39. Планирование коммуникационной стратегии бренда.

40. Коммуникационные инструменты реализации коммуникационной стратегии бренда.
41. Создание потребительской ценности посредством использования концепции позиционирования.
42. Разработка алгоритма принятия управленческих решений при формировании международной стратегии.
43. Формирование стратегических управленческих решений.
44. Анализ рыночной и правовой среды разработки и функционирования коммуникационных стратегий в условиях конкуренции.
45. Анализ конкурентных коммуникационных стратегий.
46. «Слияние - поглощение» как одна из корпоративных марочных стратегий компаний.
47. Разработка антикризисных коммуникационных стратегий.
48. Реализация социально-этического потенциала коммуникационной стратегии.
49. Анализ взаимосвязи результатов реализации коммуникационной стратегии с экономическими результатами компании.
50. Коммуникационная стратегия ребрендинга как инструмент управления жизненным циклом бренда.

1.2 Темы письменных работ

- 1 Корпоративные ценности как базис корпоративной философии.
- 2 Корпоративная миссия как социальная целеустановка стратегического развития компании.
- 3 Корпоративный слоган в реализации корпоративной стратегии.
- 4 Корпоративное видение как стратегическая бизнес-установка компании.
- 5 Вербально-содержательные корпоративные интеграторы.
- 6 Нейм и нейминг как стратегические корпоративные интеграторы.
- 7 Символические корпоративные интеграторы.
- 8 Медиапланирование и медиаплан в стратегическом планировании деятельности компании.
- 9 Глобальные коммуникационной стратегии.
- 10 Оперативно-тактические коммуникационной стратегии.
- 11 Медиаинструменты реализации коммуникационной стратегии компании.
- 12 Информационное партнерство в реализации коммуникационной стратегии компании.
- 13 Инструменты сторителлинга в реализации коммуникационной стратегии компании.
- 14 История компании в ее коммуникационной стратегии.
- 15 Стратегические ивенты компании.
- 16 Digital-инструменты реализации коммуникационной стратегии компании.
- 17 Соотношение бизнес-стратегии и коммуникационной стратегии бизнес-организации.
- 18 Соотношение бизнес-стратегии и коммуникационной стратегии бизнес-организации.
- 19 Этапы развития стратегической сферы бизнеса.
- 20 Планирование коммуникационной стратегии бизнес-компании в зависимости от типа бизнес-организации и ее бюджета.
- 21 Планирование эффективности коммуникационной стратегии.
- 22 Планирование коммуникационной стратегии.
- 23 Коммуникационные инструменты реализации коммуникационной стратегии.
- 24 Создание потребительской ценности посредством использования концепции позиционирования.
- 25 Разработка алгоритма принятия управленческих решений при формировании международной стратегии.
- 26 Формирование стратегических управленческих решений.

- 27 Анализ рыночной и правовой среды разработки и функционирования коммуникационных стратегий в условиях конкуренции.
- 28 Анализ конкурентных коммуникационных стратегий.
- 29 «Слияние - поглощение» как одна из корпоративных марочных стратегий компаний.
- 30 Разработка антикризисных коммуникационных стратегий.
- 31 Реализация социально-этического потенциала коммуникационной стратегии.
- 32 Анализ взаимосвязи результатов реализации коммуникационной стратегии с экономическими результатами компании.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Кейс-задание	письменно	1,2,3,4,5
2	Проектно-аналитическая работа	письменно	6,7
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-7

1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Написание научных статей	1-7
Выполнение домашних заданий	1-7
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-7
Подготовка к экзамену	1-7
Курсовое проектирование	1-7

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
≤ 54	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
≥ 85	отлично

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.