

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиатехнологий

Рахимов А.А..
«27» 01 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Коммуникационный менеджмент»

Направление подготовки – 42.03.01 «Журналистика»

Программа подготовки – «Реклама и связи с общественностью»

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

3 курс

ДУШАНБЕ 2026

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 529 от 08.06.2017 г.

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Расписание занятий дисциплины

Ф.И.О. преподавателя	Аудиторные занятия		Приём СРС	Место работы преподавателя
	Лекция	Практические занятия (КСР, лаб.)		
				РТСУ, кафедра отечественной и международной журналистики, основной корпус, 503 кабинет

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является формирование у обучающихся системного понимания процессов управленческой коммуникации и развитие профессиональных компетенций в области планирования, организации и оценки коммуникаций в организации и во внешней среде.

1.2. Задачи изучения дисциплины

1. Изучить теоретические основы коммуникационного менеджмента, его место и роль в системе современного управления.
2. Освоить ключевые модели, виды и каналы организационных коммуникаций.
3. Сформировать навыки анализа коммуникационной среды организации и оценки эффективности коммуникационных процессов.
4. Научиться разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии и планы.
5. Владеть методами управления внутренними и внешними коммуникациями организации.
6. Изучить особенности деловой, управленческой и межкультурной коммуникации.
7. Развить навыки управления репутацией, корпоративным имиджем и брендом через коммуникации.
8. Освоить инструменты антикризисных коммуникаций и управления конфликтами.
9. Сформировать практические умения использования современных цифровых и медиакоммуникационных инструментов.

10. Развить коммуникативную компетентность, навыки аргументации, публичных выступлений и ведения переговоров.

1.3. В результате изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» у обучающихся формируются следующие универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций)

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (индикаторы достижения компетенций)	Виды оценочных средств
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом</p> <p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p>	Тематика для эссе Коллоквиум Кейс - задания
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ИОПК-5.1. Анализирует политические, экономические и правовые факторы функционирования медиакоммуникационных систем.</p> <p>ИОПК-5.2. Учитывает правовые и этические нормы при разработке коммуникационных и рекламных продуктов.</p> <p>ИОПК-5.3. Оценивает влияние глобальных и региональных медиатрендов на профессиональную коммуникационную деятельность.</p>	Тематика для эссе Коллоквиум Кейс - задания

ПК-2	Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и рекламных решений.	ИПК-2.1. Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды. ИПК-2.2. Использует методы маркетинговых и социологических исследований. ИПК-2.3. Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий.	Тематика для эссе Коллоквиум Кейс - задания
ПК-4	Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения. ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации. ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.	Тематика для эссе Коллоквиум Кейс - задания

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курс «Коммуникационный менеджмент» (Б1.О.26) является обязательным элементом основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 «Журналистика», рассчитан на один семестр, и относится к основной части. Дисциплина читается на 5 семестре 3 курса студентам отделения журналистики филологического факультета.

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент», логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанных в таблице 1:

Таблица 1.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ООП
1.	<i>Количественные и качественные методы анализа коммуникаций</i>	4	Б1.О.15
2.	<i>Основы теории коммуникации</i>	2-3	Б1.О.18
3.	<i>Психология массовых коммуникаций</i>	4	Б1.В.10
4.	<i>Проектирование в рекламе и связях с общественностью</i>	1-3	Б1.О.21
5.	<i>Социология массовых коммуникаций</i>	3-4	Б1.О.22

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1, 2, 3, 4, 5 указанных в Таблице 1.

Теоретическое и практическое освоение данной дисциплины является необходимым, как предшествующее, для прохождения практики.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

Объем дисциплины «**Коммуникационный менеджмент**» для очного отделения составляет 6 зачетных единиц, всего – 216 часов, из которых: лекции – 32 ч., практические занятия – 16 ч., КСР – 16, СР – 98 ч., всего часов аудиторной нагрузки – 64 ч.

Экзамен – 5 семестр

Курсовая работа – 5 семестр

3.1. Структура и содержание теоретической, практической части курса и КСР

Таблица 2.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу магистрантов и трудоемкость (в часах)				Литература
		Лек.	Пр.	ИКР	СР	
5 – СЕМЕСТР						
1.	Тема 1. Коммуникационный менеджмент как научная и прикладная дисциплина Понятие коммуникации и управления: эволюция подходов Коммуникационный менеджмент в системе менеджмента организации Основные функции и задачи коммуникационного менеджмента Современные тенденции развития коммуникаций в управлении	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5
2.	Тема 2. Теории и модели коммуникации Классические модели коммуникации (Шеннон—Уивер, Лассуэлл и др.) Интерактивные и транзакционные модели Коммуникационные барьеры и искажения информации Адаптация моделей коммуникации к	2		2	6	1, 2, 3, 4, 5

	управленческой практике					
3.	Тема 3. Коммуникационный процесс в организации Структура и элементы коммуникационного процесса Вертикальные, горизонтальные и диагональные коммуникации Формальные и неформальные коммуникационные потоки Роль обратной связи в управлении	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5
4.	Тема 4. Внутриорганизационные коммуникации Цели и задачи внутренних коммуникаций Корпоративная культура как коммуникационный фактор Инструменты внутренних коммуникаций Оценка эффективности внутренних коммуникаций	2		2	6	1, 2, 3, 4, 5
5.	Тема 5. Внешние коммуникации организации Организация как субъект внешней коммуникации Взаимодействие с ключевыми стейкхолдерами Корпоративные коммуникации и общественное мнение Коммуникационная политика организации	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5
6.	Тема 6. Коммуникационная стратегия организации Понятие и структура коммуникационной стратегии Анализ коммуникационной среды (SWOT, PEST, стейкхолдер-анализ) Целеполагание и позиционирование Реализация и контроль коммуникационной стратегии	2		2	6	1, 2, 3, 4, 5
7.	Тема 7. Деловая и управленческая коммуникация Коммуникация руководителя: функции и стили Управленческие совещания и деловые встречи Письменная деловая коммуникация Этика и культура делового общения	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5
8.	Тема 8. Межличностная и командная	2		2	6	1, 2, 3, 4, 5

	<p>коммуникация Психологические аспекты межличностного общения Командные коммуникации и групповая динамика Лидерство и коммуникационное влияние Коммуникация в условиях неопределённости и стресса</p>					
9.	<p>Тема 9. Межкультурные коммуникации в менеджменте Культура как фактор коммуникации Национальные и организационные культурные различия Межкультурные барьеры и способы их преодоления Управление многонациональными командами</p>	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5
10.	<p>Тема 10. Коммуникации и управление конфликтами Природа и типология конфликтов в организации Коммуникационные причины конфликтов Стратегии и стили разрешения конфликтов Переговоры как инструмент управления конфликтами</p>	2		2	6	1, 2, 3, 4, 5
11.	<p>Тема 11. Переговоры и убеждающая коммуникация Теория и этапы переговорного процесса Коммуникационные стратегии и тактики переговоров Аргументация и контраргументация Манипуляции и этика убеждения</p>	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5
12.	<p>Тема 12. Репутационный и имиджевый менеджмент Понятие имиджа и корпоративной репутации Коммуникационные инструменты формирования имиджа Бренд-коммуникации организации Оценка и мониторинг репутации</p>	2		2	6	1, 2, 3, 4, 5
13.	<p>Тема 13. PR и медиакоммуникации в системе управления Связи с общественностью как управленческая функция</p>	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5

	Работа со средствами массовой информации Контент и сообщения для разных медиа Эффективность PR-коммуникаций					
14.	Тема 14. Цифровые и социальные коммуникации Цифровая трансформация коммуникаций Социальные сети как коммуникационный инструмент Онлайн-репутация и управление цифровым имиджем Аналитика и метрики цифровых коммуникаций	2		2	6	1, 2, 3, 4, 5
15.	Тема 15. Антикризисные коммуникации Понятие и виды коммуникационных кризисов Подготовка к кризисным ситуациям Коммуникационные стратегии в условиях кризиса Посткризисные коммуникации и восстановление доверия	2	2		6	1, 2, 3, 4, 5
16.	Тема 16. Оценка эффективности коммуникационного менеджмента Критерии и показатели эффективности коммуникаций Методы диагностики и аудита коммуникаций Коммуникационный контроллинг Перспективы развития коммуникационного менеджмента	2		2	8	1, 2, 3, 4, 5
Итого за 5 семестр		32	16	16	98	

Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов. Из них 16 баллов администрацией могут быть представлены студенту за особые заслуги (призовые места в Олимпиадах, конкурсах, спортивных соревнованиях, выполнение специальных заданий, активное участие в общественной жизни университета).

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с

представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, зачет с оценкой, экзамен) проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: для естественнонаучных направлений – 10 тестовых вопросов на одного студента, где правильный ответ оценивается в 10 баллов, для гуманитарных направлений/специальности – 25 тестовых вопросов, где правильный ответ оценивается в 4 балла. Тестирование проводится в электронном виде, устный экзамен на бумажном носителе с выставлением оценки в ведомости по аналогичной системе с тестированием.

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль.

Недел я	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*	Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР	КСР Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Выполнение положения высшей школы (установленная форма одежды, наличие рабочей папки, а также других пунктов устава высшей школы)	Административный балл за примерное поведение	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
2	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
3	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
4	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
5	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
6	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
7	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
8	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
9	0	0	0	0	8	8
Первый рейтинг	20	32	20	20	8	100

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» включает в себя:

1. план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе

примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

2. характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

3. требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

4. критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

4.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Таблица 3.

№ п/п	Объем СР в ч.	Тема СР	Лит-ра	форма и вид самостоятельной работы	Форма контроля
5 – СЕМЕСТР					
1.	4	Коммуникационный менеджмент как фактор эффективности управления организацией	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
2.	4	Эволюция теорий коммуникации в менеджменте	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
3.	4	Роль коммуникаций в формировании управленческих решений	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
4.	4	Коммуникационные барьеры в организации и способы их преодоления	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
5.	4	Формальные и неформальные коммуникации: сравнительный анализ	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
6.	4	Влияние корпоративной культуры на коммуникационные процессы	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
7.	3	Внутренние коммуникации как	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия,	Проверка тетради, дискуссия и

		инструмент мотивации персонала		презентация	обсуждение
8.	4	Коммуникационные компетенции современного руководителя	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
9.	4	Командная коммуникация и ее влияние на результаты деятельности	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
10.	3	Межкультурные различия в деловом общении: управленческий аспект	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
11.	4	Коммуникации и управление конфликтами в организации	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
12.	4	Переговоры как форма управленческой коммуникации	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
13.	4	Аргументация и убеждение в управленческой практике	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
14.	3	Манипулятивные технологии в деловых коммуникациях	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
15.	3	Репутация организации и коммуникационные стратегии ее формирования	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
16.	4	Имидж организации и имидж руководителя: коммуникационный аспект	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
17.	4	PR-коммуникации в системе управления организацией	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение

18.	4	Взаимодействие организации со стейкхолдерами	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
19.	4	Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
20.	4	Цифровые коммуникации и социальные сети в управлении организацией	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
21.	4	Онлайн-репутация и управление цифровым имиджем	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
22.	4	Антикризисные коммуникации: анализ успешных и неудачных кейсов	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
23.	4	Коммуникационный аудит как инструмент управления	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
24.	4	Оценка эффективности коммуникационного менеджмента	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
25.	4	Тенденции и перспективы развития коммуникационного менеджмента	1,2,3,4,5	Рабочая тетрадь, конспект, дискуссия, презентация	Проверка тетради, дискуссия и обсуждение
Итого за 5 семестр – 98 часов					

4.2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Самостоятельная работа обучающихся является обязательной формой освоения дисциплины и направлена на:

- углубление и систематизацию теоретических знаний по рекламе, связям с общественностью и интеграционным коммуникациям;
- формирование практических навыков анализа, планирования и оценки коммуникационных кампаний;

- развитие критического мышления, творческих и исследовательских компетенций;
- подготовку к практическим занятиям, текущему и итоговому контролю.

Самостоятельная работа предполагает индивидуальную и групповую деятельность обучающихся и выполняется под методическим руководством преподавателя.

4.3. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

1. грамотное применение определений, понятий, терминов и др.;
2. логическая последовательность в изложении материала;
3. глубина раскрытия темы;
4. обоснованность выводов;
5. самостоятельность и оригинальность в изложении материала;
6. текст всех видов письменной работы должен отвечать правилам русской грамматики и орфографии;
7. устные выступления, чтение материалов должны быть четкими, ясными с точки зрения дикции, интонации и грамматики.

4.4. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	Полнота выполнения практического задания. Последовательность и рациональность выполнения задания. Самостоятельность выводов, оценок и комментариев.	Студентом задание выполнено самостоятельно и своевременно; материал изложен последовательно и рационально. Даны полные ответы на все поставленные вопросы, сформулированы и полностью обоснованы собственные оценки, выводы и комментарии.
Хорошо (базовый уровень)	Творческий подход с позиций профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Студентом задание выполнено своевременно, но недостаточно самостоятельно, с подсказкой преподавателя. Материал изложен последовательно и рационально; даны ответы на все поставленные вопросы, сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии, но их обоснование неполно.

Удовлетворительно (пороговый уровень)	Нет работы в команде.	Студентом задание решено несвоевременно, недостаточно самостоятельно, с подсказками преподавателя; материал изложен недостаточно последовательно и рационально. Даны ответы не на все поставленные вопросы, слабо сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)	Нет самостоятельности и полноты выполнения работы	Студентом задание не выполнено.

5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

1. Емельянов С. М., Пряхина А. В. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина. — Москва : ЛитРес, 2024. — 271 с.
2. Жернакова М. Б., Румянцева И. А. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0.
3. Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Юрайт, 2022. — 433 с. — ISBN 978-5-9916-3044-3.
4. Ратников В. П. Деловые коммуникации : учебник для вузов / В. П. Ратников ; отв. ред. В. П. Ратников. — Москва : Юрайт, 2022. — 459 с. — ISBN 978-5-534-15744-4.
5. Чумиков А. Н., Шульц Э. Э. (ред.) Управление коммуникациями – 2024 : материалы IV Международной научно-практической конференции «Communications Management Com-M-2024». — Москва : Блок-Принт, 2025. — 368 с. — ISBN 978-5-6053307-1-4.

5.2. Дополнительная литература

1. Чумиков А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 199 с. — ISBN 978-5-534-15991-2.
2. Потапов Ю. А., Тепляков О. В. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 358 с. — ISBN 978-5-534-18185-2.
3. Архангельская И. Б., Мохова Ю. А., Ротанова М. Б. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / И. Б. Архангельская, Ю. А.

- Мохова, М. Б. Ротанова. — Москва : Издательский центр РИОР, 2025. — 162 с. — DOI:10.29039/02167-5.
4. Носкова Т. Н., Павлова Т. Б., Тумалева Е. А. (ред.) Социальные медиа и образовательные практики : учебно-методическое пособие / под ред. Т. Н. Носковой. — Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2021. — 196 с. — ISBN 978-5-8064-3011-4.
 5. Жернакова М. Б., Румянцева И. А. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Юрайт, 2024. — 319 с. — ISBN 978-5-534-16604-0.
 6. Емельянов С. М., Пряхина А. В. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина. — Москва : Инфра-Инженерия, 2024. — 272 с. — ISBN 978-5-9729-1811-9.
 7. Шилина М. Г., Волкова И. И. Russian Public Relations in 2020: Peculiar Features of Transformation / М. Г. Шилина, И. И. Волкова // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism. — 2021. — Vol. 26, № 2, с. 302-310. — DOI:10.22363/2312-9220-2021-26-2-302-310.

5.3. Нормативно-правовые материалы

1. Закон РТ «О печати и других СМИ» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://mediaschool.tj>
2. Закон РТ «Об информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
3. Закон РТ «Об информатизации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
4. Закон РТ «О телевидении и радиовещании» [Электронный ресурс], режим доступа: nansmit.tj
5. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [Электронный ресурс], режим доступа: www.odob.tj
6. Закон РТ «О праве на доступ к информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
7. Закон РФ «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.consultant.ru>
8. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.rujournal.ru>

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

А) сайты:

1. http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2017.pdf
2. <http://edu.of.ru/attach/17/191749.pdf>
3. <http://cyberleninka.ru/article/n/mediakontent-internet-smi-v-informatsionno-kommunikativnoy-sisteme-regiona>

4. <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-narrativnosti-multimediynoy-istorii-kak-novogo-zhanra-internet-smi>
5. <http://new.tj> (Азия-Плюс)
6. www.khovar.tj (НИАТ «Ховар»)
7. <http://avesta.tj> (ИА «Авеста»)
8. <http://www.faraj.com.tj> (Фараж)
9. <http://vecherka.tj> (Вечёрка)
10. <http://safina.tj> (ТВ Сафина)
11. <http://tvt.tj> (Тоҷикистон)
12. <http://www.jahonnamo.tj/ru> (Джаҳоннамо)
13. <http://www.bbc.com/> (BBC)
14. <http://edition.cnn.com/> (CNN)
15. <http://ru.euronews.com/> (Euronews)
16. <http://www.thetimes.co.uk/> (The Times)
17. <http://www.nytimes.com/> (New-York Times)
18. <http://www.lemonde.fr/> (Монд)
19. <https://www.afp.com/> (АФП)
20. <https://www.dpa.com> (DPA)
21. <http://www.reuters.com/> (Рейтер)
22. <http://www.xinhuanet.com/> (Синьхуа)
23. <http://www.kyodonews.jp> (Киодо Цусин)
24. <http://www.1tv.ru> (Первый канал)
25. <http://www.vesti.ru> (Вести)
26. <http://www.ntv.ru> (НТВ)
27. <http://tass.ru/> (ТАСС)
28. <https://ria.ru> (РИА Новости)

Б) электронные библиотеки по журналистике:

1. <http://www.library.cjes.> – Библиотека Центра экстремальной журналистики – одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете;
2. <http://www.eartist.narod.ru/journ.-> электронная библиотека, включающая разделы: история журналистики, Теория и практика журналистики, Реклама, маркетинг и PR, Логика и риторика, Справочники и словари;
3. <http://journalist.virt-ru> – электронный архив журнала «Журналист»;
4. <http://www.bibliorossica> – электронная библиотека;
5. <http://e-cis.info/index>.
6. Официальный сайт журнала «Журналист»: <http://journalist-virt.ru/>
7. Справочно-правовая система «Консультант Плюс», Закон РФ «О средствах массовой информации»: <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
8. МИС – электронный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация» // <http://mic.org.ru>
9. Электронная библиотечная система IPRbooks.
10. Портал образовательных ресурсов МГИ им. Дашковой: <http://www.dashkova.ru/>

5.5. Перечень информационных технологий и программного обеспечения:

1. MS Office
2. MicrosoftOfficeProfessional
3. Microsoft Windows
4. Google Forms
5. Scribus OpenShot
6. Video Editor
7. Audacity
8. Adobe Photoshop

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «**Коммуникационный менеджмент**» предназначена для формирования у студентов профессиональных компетенций, необходимых для работы с видеоматериалом на всех этапах его создания, начиная с идеи и планирования и заканчивая монтажом и публикацией готового продукта. Она обеспечивает овладение практическими навыками видеосъёмки, включая работу с современным видеооборудованием, камерами, микрофонами и осветительными приборами, а также развитие понимания композиции кадра, ракурсов, перспективы и светового решения. Студенты учатся организовывать съёмочный процесс, взаимодействовать с участниками съёмок и планировать работу на площадке. Важной частью дисциплины является освоение техники видеомонтажа: студенты работают с современными программами для редактирования видео, создают логически завершённые видеоролики с использованием переходов, титров, графики и звукового сопровождения, применяют цветокоррекцию, визуальные эффекты и аудиомонтаж для достижения профессионального качества видеопродукта.

Дисциплина развивает креативное и проектное мышление, формируя умение разрабатывать концепцию видеопрокта, сценарий, подбирать визуальные и звуковые средства для разных целей, таких как создание обучающих материалов, рекламных роликов, контента для социальных сетей, корпоративных и творческих проектов. Она также готовит студентов к работе в команде, планированию производственного процесса, созданию видеопортфолио и дальнейшему освоению продвинутых технологий, таких как motion graphics, спецэффекты и продюсирование видеоконтента. Особое внимание уделяется практической значимости дисциплины: студенты получают навыки, которые можно применять сразу после обучения, включая съёмку интервью, монтаж рекламных роликов и создание обучающих видео.

Таким образом, дисциплина «**Основы видеосъёмки и монтажа**» обеспечивает комплексную профессиональную подготовку студентов к

созданию качественного видеоконтента, развивает технические, креативные и организационные навыки, а также формирует способность работать с видеоматериалом в различных сферах, включая образовательную, рекламную, медиа и креативную индустрии.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение программы курса «Коммуникационный менеджмент» обеспечивается наличием достаточного количества основной и дополнительной литературы в библиотеке. Получение сведений о новейшей литературе возможно благодаря сети Интернет на базе читального зала библиотеки.

Имеются проектор, компьютер, фильмотека фильмов, снятых по программным произведениям зарубежной литературы.

В Университете созданы специальные условия обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также обеспечивается:

- ✓ наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
- ✓ присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- ✓ обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- ✓ возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Форма промежуточной аттестации (1 и 2 рубежный контроль)

Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	Хорошо
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D+	2	55-59	
D	1	50-54	
Fx	0	45-49	Неудовлетворительно
F	0	0-44	

Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.