

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Грошева Татьяна Александровна
Должность: Руководитель Программы развития
Дата подписания: 21.04.2026 11:50:29
Уникальный программный ключ:
bd65ad74c105796ac0a2ab45d5eb5bd2b80fe6c4

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Югорский государственный университет»**



УТВЕРЖДАЮ
Руководитель программы
развития
Т.А. Грошева
2026 г

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

«Коммуникационный менеджмент»

Документ: ДПО ПП
Дата разработки: 15.01.2026

Номер и дата регистрации:
№ 07-12-32 от 20.04.2026
№ _____ от _____
№ _____ от _____

Лист согласования

Служебная записка №7071 от 08.04.2026 "Согласование программы профессиональной переподготовки"

Ответственный: Сомикова Т.Ю. (Доцент)

Согласующий	Результат	Комментарий	Дата/Время
Доцент (ВЫСШАЯ ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК) Филимонова Наталья Владимировна	Согласовано		09.04.2026 13:10
Доцент (ВЫСШАЯ ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК) Челак Елена Анатольевна	Согласовано		09.04.2026 14:45
Руководитель (ЦЕНТР КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РАЗРАБОТОК И ТРАНСФЕРА ТЕХНОЛОГИЙ) Каверин Александр Александрович	Согласовано		15.04.2026 08:28
Проректор по образовательной деятельности (РЕКТОРАТ) Костылева Татьяна Александровна	Согласовано		16.04.2026 13:58
Руководитель Программы развития (РЕКТОРАТ) Грошева Татьяна Александровна	Утверждено	Принято к сведению.	16.04.2026 16:48

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Руководитель образовательной программы _____/Челак Е.А.

Руководитель высшей школы _____/Филимонова Н.В.

И.о. руководителя сектора непрерывного
образования стратегического проектного офиса _____/Каверин А.А.

Проректор по образовательной деятельности _____/Костылева Т.А.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Коммуникационный менеджмент» составлена в соответствии с требованиями приказа Министерства образования и науки РФ от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам». Содержание программы соответствует нормам Трудового кодекса Российской Федерации, нормативным актам Российской Федерации в области профессионального образования. При составлении программы учитывались требования профессионального стандарта, указанные в приказе Минтруда России от 19.06.2024 № 303н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по организации конгрессных мероприятий». Программа разработана на основании требований к результатам освоения образовательных программ федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 45.03.02 Лингвистика.

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Коммуникационный менеджмент» является программой ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет», интегрированной с программой высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика 2024 года набора. Программа реализуется с целью обеспечения академического права обучающихся на одновременное получение нескольких квалификаций путем освоения образовательной программы высшего образования, интегрированной с дополнительной профессиональной программой профессиональной переподготовки, предусмотренного пунктом 6 части 1 статьи 34 и частью 8.1 статьи 12 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», с учетом Методических рекомендаций по разработке и реализации образовательных программ высшего образования, предусматривающих возможность одновременного получения обучающимися нескольких квалификаций, (письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.07.2023 № МН-5/2645-ДА «О применении отдельных норм законодательства об образовании»).

1.1. Цель реализации программы:

Целью реализации программы является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности по коду 33.027

1.2. Трудоемкость (объем) программы:

Нормативный срок освоения программы – 7 зачетных единиц / 252 часа.

Учебная нагрузка – не более 36 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.3. Форма обучения – очная, с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

1.4. Категория обучающихся: обучающиеся ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет» по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика 2024 года набора.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОГО ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ, ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ И (ИЛИ) УРОВНЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ

2.1. Область профессиональной деятельности

Управление коммуникационными процессами в сфере организации и проведения конгрессных мероприятий, включая планирование, координацию, реализацию и оценку эффективности коммуникаций с различными целевыми аудиториями. Эта деятельность направлена на формирование позитивного имиджа мероприятий, обеспечение эффективного взаимодействия участников, спонсоров, подрядчиков и других заинтересованных сторон, а также на продвижение конгрессных мероприятий и развитие деловых коммуникаций.

2.2. Объекты профессиональной деятельности:

Конгрессные мероприятия (деловые собрания, конференции, симпозиумы, форумы и другие события, организуемые для обмена знаниями, опытом, поиска решений в различных отраслях), целевые аудитории (участники конгрессных мероприятий, потенциальные участники, спонсоры, партнёры, представители СМИ, сотрудники организаций, занимающихся подготовкой и проведением мероприятий), коммуникационные каналы и инструменты (средства массовой информации, интернет-ресурсы, email-рассылки, пресс-релизы, пост-релизы, социальные сети, мультимедийные презентации, системы онлайн- и офлайн-коммуникаций, включая видеоконференции и вебинары), материально-техническая база (конгресс-центры, конференц-залы, оборудование для синхронного перевода, голосования, трансляции), документы и информационные материалы (программы мероприятий, сборники материалов, тезисы докладов, клиентские базы данных, маркетинговые материалы), процессы управления проектами (координация работы команды, контроль сроков и качества выполнения задач, оценка эффективности проведённых мероприятий).

2.3. Виды и задачи профессиональной деятельности:

Продвижение конгрессных мероприятий:

- Проведение переговоров об участии в конгрессных мероприятиях, включая уточнение темы и времени доклада.
- Составление и рассылка информационных писем и приглашений к участию в конгрессном мероприятии, мероприятиях деловой и дополнительной программ для различных групп потенциальных участников.
- Проведение презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию.
- Предоставление участникам пакета информации о конгрессном мероприятии, мероприятиях деловой и дополнительной программ в соответствии с их интересами и запросами.
- Составление форм необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника конгрессного мероприятия.
- Разработка предложений по специальным условиям участия в соответствии с политикой конкретного конгрессного мероприятия и организации — профессионального организатора конгрессов в целом.
- Формирование плана проведения мероприятия с учетом участников и времени доклада.
- Разработка деловой программы конгрессных мероприятий.
- Консультирование потенциальных участников по бронированию проездных билетов, мест размещения и трансфера.
- Реализация комплексных мероприятий постконгрессного сопровождения.

Обеспечение проведения конгрессного мероприятия:

- Контроль оснащения залов и площадок для проведения деловых и дополнительных мероприятий в рамках основного конгрессного мероприятия в соответствии с утвержденными графиками и требованиями, обеспечение работы таких залов и площадок.
- Контроль выполнения программы дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденным графиком.
- Решение оперативных вопросов, возникающих в ходе конгрессного мероприятия.
- Разработка проекта экспозиции конгрессного мероприятия
- Разработка программы участия в конкретном конгрессном мероприятии
- Подготовка маркетинговых материалов о конгрессном мероприятии.

Подготовка отчетов о ходе реализации различных этапов организации конгрессного мероприятия и его итогах:

- Составление периодических отчетов руководству о ходе подготовки конгрессного мероприятия для принятия решений в сфере оптимизации управления проектом конгрессного мероприятия.
- Разработка предложений по оптимизации управления проектом конгрессного мероприятия, мероприятий деловой и дополнительной программы.
- Подготовка итогового отчета после проведения конгрессного мероприятия.

2.4. Квалификация, уровень квалификации в соответствии с профессиональным стандартом: Специалист по организации конгрессных мероприятий (6 уровень квалификации).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

По завершении обучения обучающиеся должны обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять разработку коммуникационной стратегии и управление коммуникационной средой для решения профессиональных и информационно-коммуникационных задач (ПК-1);

В результате освоения программы профессионального обучения обучающийся должен

знать:

- коммуникационные стратегии, основы управления коммуникационными процессами (ПК-1 З-1);

уметь:

- применять знания для разработки коммуникационной стратегии и управления коммуникационными процессами (ПК-1 У-1);

владеть:

- навыками разработки коммуникационной стратегии и управление коммуникационной средой для решения профессиональных и информационно-коммуникационных задач (ПК-1 В-1).

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

3.1 Учебный план

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Всего, час.	Форма занятий					Форма контроля
			лекции	практические / лабораторные занятия	консультации	производственная / учебная практика	самостоятельная работа	
1	Перевод и межкультурная коммуникация	108	16	18			74	Экзамен
1.1	Язык, культура, коммуникация. Культура языка и речи в профессиональной коммуникации.		4	6			4	
1.2	Виды языкового посредничества. Перевод как вид межкультурного, межкультурного посредничества.		2	2			4	
1.3	Виды перевода Основные классификации типов перевода. Информативный и художественный перевод. Устный и письменный перевод.		2	2			8	
1.4	Текст в пространстве межкультурной коммуникации. Виды информации в тексте и средства их передачи при переводе.		2	2			8	
1.5	Предпереводческий анализ текста. Требования к письменному переводу. Работа со словарем.		2	2			8	
1.6	Транслатологическая типология текстов.		2	2			10	
1.7	Имена собственные на стыке языков и культур. Особенности передачи собственных имен.		2	2			5	
2	Коммуникационный менеджмент	72	16	16			40	Дифференцированный зачет
2.1	Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.		2	2			6	
2.2	Коммуникации и корпоративная культура. Коммуникационные потоки в организации. Внутренние и внешние, формальные и неформальные коммуникации.		2	2			6	
2.3	Стратегии и тактики коммуникационного менеджмента. Коммуникационный аудит.		2	2			4	
2.4	Коммуникативные технологии в управлении персоналом.		2	2			4	
2.5	Современный коммуникационный менеджмент как управление системой off-line и on-line – коммуникаций. Роль и возможности социальных медиа в коммуникационном менеджменте.		2	2			4	
2.6	Коммуникационный менеджмент коммерческих и некоммерческих организаций.		2	2			4	
2.7	Коммуникационный менеджмент		2	4			6	

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Всего, час.	Форма занятий					Форма контроля
			лекции	практические / лабораторные занятия	консультации	производственная / учебная практика	самостоятельная работа	
	органов государственной власти.							
2.8	Коммуникационный менеджмент в международной деятельности. Дипломатический этикет и протокол как основа международного коммуникационного менеджмента.		2	2			6	
3	Маркетинговые коммуникации в социальных сетях	72	12	12			48	
3.1	Понятие и роль коммуникаций в маркетинге. Цели, задачи, функции, принципы маркетинговых коммуникаций. Организация маркетинговых коммуникаций, стратегии и политика. Виды социальных медиа. Маркетинговые коммуникации в социальных медиа: основные направления.		2	2			8	Зачет
3.2	Мониторинг социальных сетей. Продвижение в социальных сетях. Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях		2	2			6	
3.3	Стратегия маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Бренд-платформа. Контент. Привлечение аудитории. Портреты социальных сетей.		2	2			8	
3.4	Управление коммуникациями. Отчетность. Портреты социальных сетей		2	2			8	
3.5	Личные продажи и прямой маркетинг. Стимулирование сбыта		2	2			8	
3.6	Event-технологии в маркетинговых коммуникациях. SMM продвижение		2	2			10	
	Итоговая аттестация							Экзамен*
	Всего часов	252	64	132			162	
	*итоговый экзамен в форме тестирования							

3.2 Календарный учебный график

Объем учебной нагрузки: 7 зачетных единиц / 252 часа.

Форма обучения: очная, с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Режим занятий: 6 раз в неделю не более 8 академических часов в день.

Период обучения: с 01.09.2025 по 30.06.2027 (3-6 семестры освоения интегрированной программы высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика 2024 года набора).

Расписание занятий: в соответствии с расписанием учебных дисциплин (модулей) интегрированной программы высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика 2024 года набора.

3.3. Рабочие программы дисциплин

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
1	Дисциплина 1 «Перевод и межкультурная коммуникация»			
Цель освоения дисциплины: освоение теоретических основ и практических аспектов осуществления успешного межкультурного межъязыкового посредничества.				
1.1	Язык, культура, коммуникация. Культура языка и речи в профессиональной коммуникации.	Взаимосвязь языка и культуры. Коммуникативные барьеры: культурные стереотипы, различия в невербальной коммуникации, контекстность культур (высоко- и низконтекстные). Культура речи в профессиональном общении: нормы литературного языка, уместность языковых средств, этика речевого поведения. Профессиональный жаргон и терминология: специфика использования специальной лексики в разных сферах, опасность перегрузки коммуникации узкоспециальными терминами. Речевые стратегии: аргументация, убеждение, ведение переговоров, разрешение конфликтов через коммуникацию. Деловая переписка: стилистические нормы, структура деловых писем, электронная коммуникация, этикет деловой переписки.	ПК-1.	Собеседование
1.2	Виды языкового посредничества. Перевод как вид межъязыкового, межкультурного посредничества.	Языковое посредничество как деятельность, обеспечивающая коммуникацию между людьми с разными языками. Виды языкового посредничества: перевод, реферирование, адаптация текста, локализация, транскреация. Виды языкового посредничества. Перевод как вид межъязыкового, межкультурного посредничества	ПК-1.	Собеседование.
1.3	Виды перевода Основные классификации типов перевода. Информативный и художественный перевод. Устный и письменный перевод.	Виды перевода Основные классификации типов перевода (по форме реализации, по характеру текста, по полноте передачи содержания, по способу восприятия оригинала и создания текста перевода). Информативный и художественный перевод. Устный и письменный перевод.	ПК-1.	Коллоквиум.
1.4	Текст в пространстве межкультурной коммуникации. Виды информации в тексте и средства их передачи при переводе.	Текст как единица межкультурной коммуникации (культурные коды, необходимость учитывать целевую аудиторию перевода). Виды информации в тексте: когнитивная, оперативная, эмоциональная, эстетическая. Средства передачи информации при переводе: эквивалентная лексика; калькирование;	ПК-1.	Ситуационные задачи; Собеседование.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
		описательный перевод; транскрипция/транслитерация; компенсация (передача смысла в другом месте текста); адаптация культурных реалий.		
1.5	Предпереводческий анализ текста. Требования к письменному переводу. Работа со словарем.	Предпереводческий анализ текста (определение типа текста и его функций; выявление целевой аудитории; анализ тематики и терминологии; оценка стилистических особенностей; обнаружение культурных реалий и безэквивалентной лексики, выбор стратегии перевода). Требования к письменному переводу: точность передачи содержания; соблюдение норм языка перевода; стилистическое соответствие оригиналу; единообразие терминологии; корректное оформление; отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок. Работа со словарём.	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; Собеседование.
1.6	Транслатологическая типология текстов.	Типология по К. Райс: информативные, экспрессивные, оперативные, аудиомедиаальные тексты. Практическое значение типологии.	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; Собеседование.
1.7	Имена собственные на стыке языков и культур. Особенности передачи собственных имен.	Проблемы передачи имён собственных. Способы передачи: транскрипция, транслитерация, калькирование, традиционная передача. Особенности для разных типов имён (личные имена, географические названия, названия компаний и брендов, литературные и мифологические имена). Рекомендации:	ПК-1.	Ситуационные задачи; Собеседование.
2	Дисциплина 2 «Коммуникационный менеджмент»			
Цель освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с концептуальными основами и методологией коммуникационного инструментария, изучение особенностей коммуникационного менеджмента с учетом сфер деятельности (в том числе международной) государственных, коммерческих структур и не коммерческих организаций.				
2.1	Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.	Концептуальные основы коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент как управление коммуникациями и управление посредством коммуникаций. Типология коммуникационного менеджмента. Функции управленческой коммуникации. Понимание коммуникационного менеджмента в различных управленческих школах.	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; Ситуационные задачи.
2.2	Коммуникации и корпоративная культура. Коммуникационные потоки в организации.	Коммуникации и корпоративная культура. Структура и типы корпоративной культуры. Специфика российской	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; Ситуационные

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
		Социальные медиа в коммуникационном менеджменте.		
2.6	Коммуникационный менеджмент коммерческих и некоммерческих организаций.	Коммуникационный менеджмент коммерческих и некоммерческих организаций. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой политике предприятия. Коммуникационный менеджмент в некоммерческих организациях. Управление репутацией компании.	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты; ситуационные задачи.
2.7	Коммуникационный менеджмент органов государственной власти	Коммуникационный менеджмент органов государственной власти. Основные задачи коммуникации G2B. Сотрудничество органов власти и организаций «третьего сектора» (G2S).	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты; ситуационные задачи.
2.8	Коммуникационный менеджмент в международной деятельности. Дипломатический этикет и протокол как основа международного коммуникационного менеджмента.	Коммуникационный менеджмент в международной деятельности: ключевые особенности, основные задачи, целевая аудитория. Дипломатический этикет: основные принципы, ключевые нормы этикета, культурные нюансы. Дипломатический протокол: базовые элементы, виды протокольных мероприятий. Инструменты международного коммуникационного менеджмента.	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты; ситуационные задачи.
3	Дисциплина 3 «Маркетинговые коммуникации в социальных сетях»			
Цель освоения дисциплины: ознакомление бакалавров с комплексом маркетинговых коммуникаций в социальных сетях, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.				
3.1	Понятие и роль коммуникаций в маркетинге. Цели, задачи, функции, принципы маркетинговых коммуникаций. Организация маркетинговых коммуникаций, стратегии и политика. Виды социальных медиа. Маркетинговые коммуникации в социальных медиа: основные направления.	Понятие и роль коммуникаций в маркетинге. Цели, задачи, функции, принципы маркетинговых коммуникаций. Организация маркетинговых коммуникаций, стратегии и политика. Виды социальных медиа (социальные сети общего назначения, видеоплатформы, мессенджеры, профессиональные сети, форумы и сообщества по интересам и др). Маркетинговые коммуникации в социальных медиа: основные направления (контент-маркетинг, таргетированная реклама, работа с инфлюенсерами, взаимодействие с аудиторией, комьюнити-менеджмент, SMM-кампании и др.).	ПК-1	Опрос; Доклад, сообщение, презентация.
3.2	Мониторинг социальных сетей. Продвижение в социальных сетях.	Мониторинг социальных сетей (цели, объекты, инструменты, этапы, метрики). Продвижение в	ПК-1	Опрос; Доклад, сообщение, презентация.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
	Внутренние и внешние, формальные и неформальные коммуникации.	корпоративной культуры в сравнении с «западными» и «восточными» типами корпоративной культуры. Выбор типа коммуникационного менеджмента в соответствии с корпоративной культурой организации. Роль руководителя в организации коммуникативных процессов. Коммуникационные потоки в организации: классификация и характеристики. Внутренние и внешние коммуникации: целевые аудитории, каналы связи. Формальные и неформальные коммуникации.		Оценочные средства задачи.
2.3	Стратегии и тактики коммуникационного менеджмента. Коммуникационный аудит.	Стратегии и тактики коммуникационного менеджмента. Определение понятия «стратегия». Роль коммуникационного менеджмента в стратегическом планировании компании. Принципы разработки (планирования) и реализации стратегии коммуникационного менеджмента. Коммуникационный аудит и аудит корпоративной культуры организации.	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация.
2.4	Коммуникативные технологии в управлении персоналом.	Коммуникативные технологии при приеме и адаптации персонала; при перемещениях и планировании карьеры; при увольнении сотрудников. Коммуникативные технологии в ситуациях управления конфликтами. Построение коммуникаций при делегировании полномочий. Методы обратной связи как инструмент оценки сотрудника. Коммуникативные технологии проведения совещаний, собраний. Формы и способы донесения до коллектива управленческих решений.	ПК-1.	Доклад, сообщение, презентация; ситуационные задачи.
2.5	Современный коммуникационный менеджмент как управление системой off-line и on-line – коммуникаций. Роль и возможности социальных медиа в коммуникационном менеджменте.	Формы off-line коммуникаций (личные встречи, совещания, печатные материалы, стенды и т. д.); преимущества и ограничения традиционных каналов; технологии эффективной устной и письменной коммуникации; организация корпоративных мероприятий как инструмент коммуникации. On-line коммуникации: цифровые инструменты и платформы; видеоконференции и виртуальные мероприятия. Интеграция off-line и on-line каналов, гибридные форматы мероприятий.	ПК-1.	Опрос, доклад, сообщение, презентация

№ н/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
	Управление репутацией в социальных сетях. Клиентская поддержка в социальных сетях	социальных сетях (стратегии продвижения, основные инструменты, форматы контента, метрики эффективности). Управление репутацией в социальных сетях (компоненты ORM, алгоритмы работы с негативом, методы улучшения репутации, антикризисный план, репутационные метрики). Клиентская поддержка в социальных сетях (преимущества поддержки, каналы, организация службы поддержки, типовые запросы в поддержке, стандарты общения, метрики качества поддержки, инструменты автоматизации).		
3.3	Стратегия маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Бренд-платформа. Контент. Привлечение аудитории. Портреты социальных сетей.	Стратегия маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Этапы разработки стратегии: аудит текущего состояния, постановка целей по SMART, анализ целевой аудитории, выбор платформ, разработка контент стратегии, планирование продвижения, система метрик и KPI. Бренд платформа (компоненты: миссия, видение, ценности, позиционирование, УТП, Brand Persona, Tone of voice и др). Контент: типы контента по целям (вовлекающий, продающий, образовательный и др), форматы контента (посты, сторис, рилсы, подкасты и др.). Принципы контент плана. Привлечение аудитории: методы, метрики. Портреты социальных сетей (ВКонтакте и др.)	ПК-1	Опрос; Доклад, сообщение, презентация; Контрольная работа.
3.4	Управление коммуникациями. Отчетность.	Управление коммуникациями: ключевые процессы, инструменты и методы. Отчётность: виды, структура отчёта, примеры форматов. Принципы эффективной отчётности. Взаимосвязь управления коммуникациями и отчётности.	ПК-1	Опрос; Доклад, сообщение, презентация.
3.5	Личные продажи и прямой маркетинг. Стимулирование сбыта	Личные продажи: этапы, методы. Прямой маркетинг: каналы, принципы эффективного прямого маркетинга. Стимулирование сбыта: инструменты, стратегии применения.	ПК-1	Опрос; Контрольная работа.
3.6	Event-технологии в маркетинговых коммуникациях. SMM продвижение	Event-технологии в маркетинговых коммуникациях: виды маркетинговых мероприятий, этапы организации мероприятия, инструменты event-технологий. SMM продвижение.	ПК-1	Опрос; Доклад, сообщение, презентация; Контрольная работа.

Виды и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа слушателей программы ориентирована на выработку навыков эффективной профессиональной теоретической, практической деятельности. Самостоятельная работа по освоению программы осуществляется в осмыслении теоретического материала в соответствии с дисциплинами программы, выполнении разработки сценариев занятий по преподаваемой дисциплине, подготовке к промежуточной и итоговой аттестации.

Самостоятельная работа слушателя предполагает углубление и закрепление теоретических знаний. Самостоятельная работа слушателя включает следующие виды самостоятельной деятельности: самостоятельное углубленное изучение вопросов программы, выполнение индивидуальных заданий, подготовка к экзамену.

Используемые образовательные технологии

№ темы	Образовательные технологии
Темы 2.4, 2.6-7, 3.1-6	Информационные технологии
Темы 1.1, 1.3, 1.5-7, 2.6, 2.8	Технология проблемного обучения
Темы 1.2-3, 1.5-7, 2.1-6, 2.8	Технология обучения в сотрудничестве
Темы 2.1-2, 3.1, 3.5-6	Интерактивные технологии
Темы 2.3, 2.5, 2.7, 3.2, 3.4, 3.6	Технология развития критического мышления
Темы 1.4	Технология контекстного обучения

3.4 Учебно-методические материалы

Электронная информационно - образовательная среда представлена электронной библиотечной системой <https://lib.ugrasu.ru>, электронным каталогом Научной библиотеки ЮГУ <https://irbis.ugrasu.ru> и системой дистанционного обучения. Методические материалы для обучающихся представлены в электронном виде в системе Moodle по ссылке <https://eluniver.ugrasu.ru/>. Методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

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

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются (при необходимости) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории обучающихся	Формы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ по дисциплине
с нарушением слуха	- в печатной форме; - в форме электронного документа;
с нарушением зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла;
с нарушением опорно-двигательного аппарата	- в печатной форме; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла;

В рамках самостоятельной работы обучающийся знакомится с рабочей программой, особое внимание должно уделяться целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Анализируются теоретические материалы, ведется подготовка

ответов к контрольным вопросам, просматривается рекомендуемая литература, используются аудио-видеозаписи по заданной теме, выполняются проектные задания и др.

Методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся с ограниченными возможностями здоровья представлено (при необходимости):

электронный учебно-методический комплекс дисциплины на сайте ЮГУ по ссылке <https://eluniver.ugrasu.ru/>

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения обучающимися дополнительной профессиональной программы включает текущую, промежуточную и итоговую аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин (модулей). Для осуществления процедуры текущего контроля успеваемости создаются оценочные материалы (фонды оценочных средств), позволяющие оценить достижение запланированных результатов обучения и уровень сформированности компетенций. Промежуточная аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы в форме дифференциального зачета и экзаменов.

Фонды оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации размещены в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины на сайте ЮГУ <https://eluniver.ugrasu.ru/>

В процессе изучения каждой дисциплины текущий контроль освоения материалов. Дисциплины завершаются промежуточной аттестацией. Лица, получившие по итогам промежуточной аттестации неудовлетворительную оценку, к сдаче итогового экзамена не допускаются. Итоговая аттестация является обязательной и осуществляется после освоения дополнительной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Освоение программы завершается итоговой аттестацией в форме экзамена. Итоговый экзамен проводится в форме компьютерного тестирования с использованием средств аутентификации личности обучающегося в рамках промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговые коммуникации в социальных сетях» в соответствии с утвержденной в установленном локальными нормативными актами Университета порядке программой итоговой аттестации.

Примерные вопросы для подготовки к итоговому экзамену

Дисциплина 1. «Перевод и межкультурная коммуникация»

1. Взаимосвязь понятий «язык», «культура» и «коммуникация»: примеры культурных различий, влияющих на коммуникацию.
2. Культура языка и речи в профессиональной коммуникации: ключевые требования к речи специалиста.
3. Виды языкового посредничества: специфика перевода как вида межкультурного посредничества.
4. Основные классификации типов перевода: примеры для каждой категории.
5. Информативный и художественный перевод: цели, задачи, особенности подхода.
6. Устный и письменный перевод: требования, сложности, навыки переводчика.
7. Текст в пространстве межкультурной коммуникации: виды информации в тексте, требующие особого внимания при переводе.
8. Предпереводческий анализ текста: этапы и факторы, которые необходимо учитывать перед началом перевода.
9. Требования к письменному переводу: способы обеспечения соответствия перевода исходному тексту.
10. Работа со словарями и электронными ресурсами при переводе: авторитетные источники для разных типов текстов.
11. Транслатологическая типология текстов и её роль в работе переводчика.

12. Способы передачи имён собственных на стыке языков и культур: примеры удачных и неудачных решений.
13. Культурные и языковые проблемы при переводе имён собственных: методы их предотвращения.

Дисциплина 2. «Коммуникационный менеджмент»

14. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента: теории коммуникации, лежащие в его основе.
15. Взаимосвязь коммуникаций и корпоративной культуры: примеры влияния культуры компании на стиль общения.
16. Виды коммуникационных потоков в организации: примеры внутренних и внешних, формальных и неформальных коммуникаций.
17. Стратегии и тактики коммуникационного менеджмента в кризисных ситуациях: наиболее эффективные подходы.
18. Коммуникационный аудит: этапы и цели проведения.
19. Применение коммуникативных технологий в управлении персоналом: примеры инструментов.
20. Off-line и on-line коммуникации в современном коммуникационном менеджменте: преимущества и недостатки форматов.
21. Роль социальных медиа в коммуникационном менеджменте: примеры успешного использования соцсетей компаниями.
22. Коммуникационный менеджмент в коммерческих и некоммерческих организациях: сходства и различия.
23. Организация коммуникационного менеджмента в органах государственной власти: ключевые каналы и инструменты.
24. Специфика коммуникационного менеджмента в международной деятельности: необходимые навыки специалиста.
25. Дипломатический этикет и протокол в международном коммуникационном менеджменте: нормы поведения и их роль.

Дисциплина 3. «Маркетинговые коммуникации в социальных сетях»

26. Понятие маркетинговых коммуникаций: цели, задачи и функции.
27. Виды социальных медиа: эффективность платформ для разных целевых аудиторий.
28. Направления маркетинговых коммуникаций в социальных медиа: примеры успешных кампаний.
29. Мониторинг социальных сетей: инструменты и метрики для анализа.
30. Стратегии продвижения в социальных сетях: методы привлечения аудитории и их эффективность.
31. Управление репутацией бренда в социальных сетях: алгоритм действий при негативном отзыве.
32. Клиентская поддержка в социальных сетях: стандарты обслуживания.
33. Бренд-платформа и её влияние на стратегию маркетинговых коммуникаций в соцсетях.
34. Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях: этапы и ключевые KPI для отслеживания.
35. Интеграция event-технологий и SMM-продвижения для организации конгрессного мероприятия: пошаговый план действий.

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

5.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 1 ноутбук/компьютер, 1 проектор, экран, учебная доска	628012, Россия, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, г. Ханты-Мансийск, ул. Чехова, д.16, 2-ий учебный корпус Комплекса зданий ВУЗов
Компьютерный класс для проведения практических занятий	Учебная мебель, учебная доска, компьютеры с доступом в интернет	
Учебная аудитория для проведения практических занятий	Учебная мебель, учебная доска	
Учебная аудитория для самостоятельной работы	учебная мебель, компьютеры с выходом в интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде	

5.2. Учебно-методическое обеспечение программы

5.2.1. Основная литература:

1. Бархударов, Леонид Степанович (1923-1985). Язык и перевод : вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. - 5-е издание. - Москва : ЛЕНАНД, 2017. - 235, 3 с. : портр. - Библиография: с. 237. - ББК 81-8 Рубрики: Перевод (лингв.) Научные труды.
2. Таратухина, Юлия Валерьевна. Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. - Москва : Юрайт, 2024. - 324 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.
3. Васильева, Е. Ю. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Васильева, Н. В. Сергиевская. - Москва : МИСИ – МГСУ, 2020. - 44 с.
4. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Звягинцева О. С. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. - 132 с.
5. Звягинцева, О. С. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / О. С. Звягинцева, Д. С. Кенина, О. Н. Бабкина, А. П. Исаенко. - Ставрополь : СтГАУ, 2019. - 132 с.
6. Бурмистрова, Е. В. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Е. В. Бурмистрова, Л. М. Мануйлова. - Омск : ОмГПУ, 2016. - 104 с.
7. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 294 с. - (Высшее образование: Магистратура)
8. Шевченко, Д. А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере : учебник / Д.А. Шевченко. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 232 с. - (ЭБС).
9. Шевченко, Д. А. Продвижение товаров и услуг : практическое пособие / Д.А. Шевченко. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 372 с.

5.2.2. Дополнительная литература:

10. Таратухина, Юлия Валерьевна. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова. - Москва

- : Юрайт, 2023. - 199 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.
11. Таратухина, Юлия Валерьевна. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина, И. В. Арзамасцева, И. А. Кобякова, Л. А. Мулляр и др.. - Москва : Юрайт, 2024. - 254 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. 1 1
 - Иванова, К. А. Копирайтинг : секреты составления рекламных и PR- текстов / К. А. Иванова. - 2-е издание. - Санкт-Петербург и др. : Питер, 2008. - 157 с.
 12. Мухина, Ю. М. Межкультурная коммуникация в сфере бизнеса. Практикум для студентов-бакалавров направления «Лингвистика», профиля «Теория и практика межкультурной коммуникации» : учебное пособие / Ю. М. Мухина. - Москва : РУТ (МИИТ), 2021. - 47 с. - Б. ц. 1 1
 - Рот, Ю. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг : учебно-методическое пособие / Рот Ю. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 223 с.
 13. Яковлев, А. А. Перевод и межкультурное взаимодействие : учебное пособие / Яковлев А. А. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. - 236 с.
 14. Прошина, Зоя . Межкультурная коммуникация: английский язык и культура народов Восточной Азии : учебное пособие для вузов / З. Прошина. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 399 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.
 15. Красюк, И. Н. Маркетинговые коммуникации : учебник / И.Н. Красюк. - Москва : ООО "Научно издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 272 с. - (Высшее образование).
 16. Болотова, Алла Константиновна. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 272 с. - (Высшее образование).
 17. Адамьянц, Тамара Завеновна. Социальные коммуникации : учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 200 с. - (Высшее образование).

5.2.3. Электронные ресурсы

1. <http://elibrary.ru> Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
2. <https://e.lanbook.com> ЭБС «Лань»
3. <http://znanium.com> ЭБС «Znaniium»
4. <https://urait.ru> Образовательная платформа Юрайт
5. <http://diss.rsl.ru> Электронная библиотека диссертаций РГБ
6. <https://www.garant.ru/> СПС Гарант
7. <https://www.consultant.ru/> СПС КонсультантПлюс

18. РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ

Сомикова Татьяна Юрьевна, канд. филол. наук, доцент высшей школы гуманитарных наук ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет»