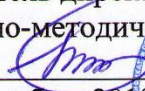


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Оренбургский государственный университет»
(Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ)

Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
по учебно-методической
работе  Н.И. Тришкина
«25» сентября 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.3.1 Менеджмент коммуникаций»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Финансовый менеджмент

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

Год начала реализации программы (набора)

2020

г. Орск 2019

**Рабочая программа дисциплины «Б.1.В.ДВ.3.1 Менеджмент коммуникаций» /сост.
А.Ю. Трушкова - Орск: Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)
ОГУ, 2019**

Рабочая программа предназначена студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

© Трушкова А.Ю., 2019
© Орский гуманитарно-
технологический институт
(филиал) ОГУ, 2019

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины - способствовать формированию у будущего бакалавра теоретических знаний и прикладных навыков в области управления коммуникациями, освоению практических приемов эффективного управления коммуникационными процессами, реализации основных принципов планирования коммуникаций и проведения оценки их эффективности.

Задачи:

- раскрыть основные понятия управления коммуникациями;
- рассмотреть виды коммуникаций;
- сформировать представления о базовых элементах и этапах коммуникационного процесса;
- рассмотреть основные барьеры межличностных и организационных коммуникаций;
- освоить современные информационные технологии для повышения эффективности коммуникационного процесса;
- раскрыть порядок выбора оптимальных каналов коммуникации;
- рассмотреть вопросы планирования и организации коммуникаций, методы оценки их эффективности.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.14 Менеджмент*

Постреквизиты дисциплины: *Б.2.В.П.3 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- классификацию и виды коммуникаций, формы коммуникаций;- основные этапы коммуникационного процесса;- преграды в межличностных и организационных коммуникациях;- методы совершенствования коммуникаций в организации;- понятие и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- диагностировать проблемы в коммуникационном процессе;- выбирать оптимальный канал коммуникации;- использовать современные информационные технологии для повышения эффективности коммуникационного процесса;- разрабатывать комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций;- планировать и организовать коммуникации;- осуществлять оценку эффективности коммуникаций. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- навыками выбора оптимальных каналов коммуникации;- навыками использования современных информационных технологий для повышения эффективности коммуникационного процесса;- навыками разработки комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций;	<p>ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования и организации коммуникаций; - навыками оценки эффективности коммуникаций и выявления коммуникационных проблем в организации; - навыками в области совершенствования коммуникаций в организации. 	
<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, структуру и типологию конфликта; - причины конфликтов в деловых коммуникациях; - модель конфликтного процесса и его последствия; - методы и стратегии управления конфликтной ситуацией; - методы профилактики конфликтов в организации. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять профилактику конфликтов в организации; - осуществлять анализ конфликта, определяя его проблему, препятствия, опасения, сильные стороны, возможности, потребности свои и партнера; - разрешать конфликты в организации; - выбирать сообразно ситуации стратегию поведения в конфликтной ситуации. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками в области выявления причин конфликтов; - навыками выбора наиболее эффективной стратегии поведения в конфликте; - навыками разрешения и профилактики конфликтов в организации. 	ПК-2 владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

а) очная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	36,25	36,25
Лекции (Л)	24	24
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа:	71,75	71,75
- самостоятельное изучение разделов:	26	26
• особенности использования различных форм коммуникации;	6	6
• организация офисных коммуникаций;	4	4
• коммуникации между руководителями и подчиненными;	4	4
• разработка маркетингового обращения;	4	4
• формирование отдела корпоративной коммуникации.	4	4
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	18	18
- подготовка к практическим занятиям;	18	18

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
- подготовка к рубежному контролю и т.п.)	13,75	13,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	зачет

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций	11	2	1		8
2	Коммуникационный процесс	10	2	1		7
3	Развитие межличностных коммуникаций	12	3	1		8
4	Коммуникации в организациях	16	4	2		10
5	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	15	3	2		10
6	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	12	3	1		8
7	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	8	2	1		5
8	Оценка эффективности внешних коммуникаций	13	3	2		8
9	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	11	2	1		8
	Итого:	108	24	12		72
	Всего:	108	24	12		72

б) заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость, академических часов		
	5 семестр	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	54	54	108
Контактная работа:	6	8,5	14,5
Лекции (Л)	2	2	4
Практические занятия (ПЗ)	4	6	10
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)		0,5	0,5
Самостоятельная работа:	48	45,5	93,5
- выполнение контрольной работы (К);		6	6
- самостоятельное изучение разделов:	20	8	28
• неформальные коммуникации;	4		4
• особенности использования различных форм коммуникации;	6		6
• организация офисных коммуникаций;	4		4
• коммуникации между руководителями и подчиненными;			
• составление плана мероприятий по развитию внутренних коммуникаций;	6		6
• разработка маркетингового обращения;		2	2
• формирование отдела корпоративной коммуникации;		2	2
		2	2

Вид работы	Трудоемкость, академических часов		
	5 семестр	6 семестр	всего
• <i>управление мероприятиями по связям с общественностью.</i> - <i>самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);</i> - <i>подготовка к практическим занятиям;</i> - <i>подготовка к рубежному контролю и т.п.)</i>		2	2
	14	6	20
	14	12	26
		13,5	13,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		зачет	зачет

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций	12	1	1		10
2	Коммуникационный процесс	11	-	1		10
3	Развитие межличностных коммуникаций	15	-	1		14
4	Коммуникации в организациях	16	1	1		14
5	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	-	-	-		-
6	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	-	-	-		-
7	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	-	-	-		-
8	Оценка эффективности внешних коммуникаций	-	-	-		-
9	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	-	-	-		-
	Итого:	54	2	4		48

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций	-	-	-		-
2	Коммуникационный процесс	-	-	-		-
3	Развитие межличностных коммуникаций	-	-	-		-
4	Коммуникации в организациях	-	-	-		-
5	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	15	1	2		12
6	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	12	1	1		10
7	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	9	-	1		8
8	Оценка эффективности внешних коммуникаций	9	-	1		8
9	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	9	-	1		8

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Итого:	54	2	6		46
	Всего:	108	4	10		94

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций

Понятие коммуникаций. Роль коммуникаций в повышении эффективности деятельности организации. Внутренние связи организации, коммуникации между уровнями и подразделениями. Типы и виды коммуникаций. Формы коммуникации: дискуссии, беседы, совещания, переговоры, брифинги, пресс-конференции, презентации, прием по личным вопросам, ведение телефонных разговоров, деловой переписки. Выбор формы коммуникации.

Раздел 2 Коммуникационный процесс

Базовые элементы в процессе обмена информацией. Этапы коммуникационного процесса. Правила формулирования идеи. Возможные проблемы на этапе кодирования и выбора канала и пути их разрешения. Передача сообщения и декодирование. Организация эффективной обратной связи. Коммуникационные сети. Виды коммуникационных сетей.

Раздел 3 Развитие межличностных коммуникаций

Особенности межличностных коммуникаций, их влияние на изменение мнений и социальных установок. Преграды в межличностных коммуникациях: обусловленные восприятием; семантические барьеры; невербальные преграды; преграды, обусловленные некачественной обратной связью и плохим слушанием. Способы установления обратной связи. Повышение отдачи межличностных коммуникаций.

Раздел 4 Коммуникации в организациях

Преграды в организационных коммуникациях. Проблемы обмена информацией вследствие искажения сообщений, информационных перегрузок и неудовлетворительной структуры организации. Управление конфликтами в деловых коммуникациях. Понятие и типы конфликтов. Причины конфликтов в деловых коммуникациях. Модель конфликтного процесса и его последствия. Методы и стратегии управления конфликтной ситуацией. Методы профилактики конфликтов в организации. Совершенствование коммуникаций в организациях: регулирование информационных потоков, управленческие действия, системы обратной связи, системы сбора предложений, информационные бюллетени, современная информационная технология. Коммуникации между руководителями и подчиненными. Коммуникации и стили управления. Офисные коммуникации.

Раздел 5 Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности

Критерии оценки эффективности системы внутренних коммуникаций. Количественные и качественные методы оценки эффективности внутренних коммуникаций. Исследование внутренних коммуникаций. Способы оценки эффективности отдельных средств внутренней коммуникации. Этапы построения эффективной системы коммуникаций в организации. Диагностика состояния системы внутренних коммуникаций. Формирование единого информационного пространства компании. Создание и внедрение корпоративных правил и стандартов. Укрепление лояльности персонала. Мониторинг системы внутренних коммуникаций, оценка ее эффективности.

Раздел 6 Планирование и организация маркетинговых коммуникаций

Понятие маркетинговых коммуникаций. Актуальность менеджмента коммуникаций в маркетинговой политике предприятия. Интегрированные маркетинговые коммуникации и их преимущества. Составление маркетингового обращения. Варианты интегрированного использования

инструментов маркетинговых коммуникаций. Разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Этапы планирования маркетинговых коммуникаций. Определение задач и бюджета. Структура отдела корпоративной коммуникации.

Раздел 7 Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций

Методы привлечения внимания к рекламе: уникальное торговое предложение, повторяемость, интенсивность, движение, контрастность, размер, эмоциональность. Разработка творческой идеи. Формулирование рекламного слогана. Основные правила создания рекламного сообщения. Эмоциональные творческие подходы. Использование мотивов в рекламе. Планирование рекламной кампании. Медиапланирование. Основные направления PR-деятельности. Управление PR-акциями. Принципы, этапы планирования PR-кампании, контроль PR-акций. Упреждение и решение публичных конфликтов. PR-акции по преодолению слухов. «Черный» и «белый» PR: различия и техника.

Раздел 8 Оценка эффективности внешних коммуникаций

Определение эффективности внешних коммуникаций. Оценка эффективности отдельных инструментов внешних коммуникаций: рекламы, стимулирования сбыта, личных продаж, связей с общественностью. Психологическая, экономическая и социальная эффективность. Учет факторов, влияющих на эффективность коммуникационного процесса.

Раздел 9. Современные информационные технологии в управлении коммуникациями

Развитие информационно-коммуникационных технологий. Современные виды информационных технологий. Коммуникационные ресурсы Интернета. Внедрение информационных технологий для повышения эффективности коммуникационного процесса.

4.3 Практические занятия (семинары)

а) очная форма обучения

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	1
1	2	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	1
2	3	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	1
2-3	4	Оценка эффективности внешних коммуникаций	2
3-4	5	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	2
4	6	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	1
5	7	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	1
5-6	8	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	2
6	9	Оценка эффективности внешних коммуникаций	1
		Итого:	12

б) заочная форма обучения

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	1
1	2	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	1

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
2	3	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	1
2	4	Оценка эффективности внешних коммуникаций	1
3	5	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	2
4	6	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	1
4	7	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	1
5	8	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	1
5	9	Оценка эффективности внешних коммуникаций	1
		Итого:	10

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации [Текст] : учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. - М. : Юрайт, 2013. - 468 с. - ISBN 978-5-9916-2718-4. Коэффициент книгообеспеченности 1 экз. на 1 студента.

2. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации [Текст] : учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. - М. : Юрайт, 2012. - 415 с. - ISBN 978-5-9916-2056-7. Коэффициент книгообеспеченности 0,7 экз. на 1 студента.

3. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02089-6 ; То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819). Коэффициент книгообеспеченности 1.

5.2 Дополнительная литература

1. Дубровин, И. А. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебник для вузов по направлению подготовки "Экономика" / И. А. Дубровин. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2014. - 580 с. - ISBN 978-5-394-01833-6. Коэффициент книгообеспеченности 0,7 экз. на 1 студента.

2. Каменева, В.А. Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие / В.А. Каменева. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 168 с. - ISBN 978-5-8353-1529-1 ; То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504) . Коэффициент книгообеспеченности 1.

3. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации : учебное пособие / С.А. Никулина. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 170 с. - ISBN 978-5-4458-8658-7 ; То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650). Коэффициент книгообеспеченности 1.

4. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация [Текст] : учеб. пособие / А. П. Садохин. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2012. - 288 с. - ISBN 978-5-98281-036-6. Коэффициент книгообеспеченности 0,7 экз. на 1 студента.

5. Тангалычева, Р.К. Теории и кейсы межкультурной коммуникации в условиях глобализации / Р.К. Тангалычева. - СПб. : Алетейя, 2012. - 247 с. - ISBN 978-5-91419-713-8 ; То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=110113](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=110113). Коэффициент книгообеспеченности 1.

5.3 Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
2. Журнал «Маркетинговые коммуникации»
3. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
4. Журнал «Проблемы теории и практики управления»
5. Журнал «Российское предпринимательство»
6. Журнал «Справочник по управлению персоналом»
7. Журнал «Управление персоналом»

5.4 Интернет-ресурсы

5.4.1. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Библиотека Гумер – <https://www.gumer.info/>
2. КиберЛенинка – <https://cyberleninka.ru/>

5.4.2. Тематические профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочно-информационный портал Грамота.ру – <http://gramota.ru/>
2. Лингвистика. Семиотика. Культура. – <http://mling.ru/>
3. Словари.ру – <http://slovari.ru/start.aspx?s=0&p=3050>

5.4.3. Электронные библиотечные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС Znanium.com – <https://znanium.com/>

5.4.4. Дополнительные Интернет-ресурсы

1. <http://www.aup.ru/books/m26/7.htm> – Административно-управленческий портал
2. <http://business.damotvet.ru/small-business/353686.htm> - Бизнес и финансы
3. <http://www.iemag.ru/opinions/detail.php?ID=17703> – сайт ИТ-журнала Intelligent Enterprise («Корпоративные системы»)
4. <http://www.incorpore.ru> – сайт консалтингового агентства «Инкорпоре»
5. <http://iniciator.ru> – сайт, посвященный PR технологиям
6. <http://www.management.aanet.ru/osnovi/29.php> - Библиотека менеджмента
7. <http://www.management.com.ua/hrm/hrm030.html> - Интернет-портал для управленцев
8. <http://www.motiv.in.ua/index.php/tochkazreniya> - сайт компании «Мотив»
9. lib.ogti.orsk.ru - [Научная](#) библиотека Орского гуманитарно-технологического института
10. <http://www.sostav.ru> – [Реклама](#) Маркетинг PR
11. <http://unibs.ru/inner-communications> - сайт компании UNIBS Company
<http://viktorova-ts.ru/page97/page123/index.html> - образовательный сайт

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Операционная система	Microsoft Windows	Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) по государственному контрак-

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Офисный пакет	Microsoft Office	ТУ: № 3Д/19 от 10.06.2019 г.
Интернет-браузер	Internet Explorer	Является компонентом операционной системы Microsoft Windows
	Opera	Бесплатное ПО, http://www.opera.com/ru/terms
	Mozilla Firefox	Свободное ПО, https://www.mozilla.org/en-US/foundation/licensing/
	Google Chrome	Бесплатное ПО, http://www.google.com/intl/ru/policies/terms/
Мультимедийный плеер	Windows Media Player	Является компонентом операционной системы Microsoft Windows
Просмотр и печать файлов в формате PDF	Adobe Reader	Бесплатное ПО, http://www.adobe.com/ru/legal/terms.html
Информационно-правовая система	ГАРАНТ	Комплект для образовательных учреждений по договору: № 2844/2-10/19 от 29.01.2019 г.; сетевой доступ
	Консультант Плюс	Комплект для образовательных учреждений по договору № 337/12 от 04.10.2012 г., сетевой доступ
Программа для оптического распознавания символов	ABBYY FineReader	Лицензионный сертификат от 14.12.2009 г., лицензия на рабочее место

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ (ауд. № 1-318, № 2-311, № 4-307).

Наименование помещения	Материально-техническое обеспечение
Учебные аудитории: - для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, - для групповых и индивидуальных консультаций; - для текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель, классная доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран, ноутбук с выходом в сеть «Интернет»)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, для курсового	Учебная мебель, компьютеры (3) с выходом в сеть «Интернет» и обеспечением доступа в электронную

проектирования (выполнения курсовых работ)	информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, программное обеспечение
--	---

Для проведения занятий лекционного типа используются следующие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия:

- презентации к курсу лекций.

**ЛИСТ
согласования рабочей программы**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

код и наименование

Профиль: Финансовый менеджмент

Дисциплина: Б.1.В.ДВ.3.1 Менеджмент коммуникаций

Форма обучения: очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Год набора 2020

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры

Кафедра менеджмента (ОГТИ)

наименование кафедры

протокол № 1 от " 04 " сентября 2019 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

Кафедра менеджмента (ОГТИ)

наименование кафедры

подпись

И.В. Зенченко

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

А.Ю. Трушкова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент

код наименование

личная подпись

Л.В.Пасечникова

расшифровка подписи

Заведующий библиотекой

личная подпись

М.В. Камьшанова

расшифровка подписи

Начальник ИКЦ

личная подпись

М.В. Сапрыкин

расшифровка подписи

Рабочая программа зарегистрирована в ИКЦ под учетным номером 38.03.02 ФРМ 47/09.2019

Начальник ИКЦ

личная подпись

М.В. Сапрыкин

расшифровка подписи