

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.19 Менеджмент коммуникаций»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(код и наименование направления подготовки)

Муниципальное управление

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

г. Орск, 2021

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.В.Э.3.2 Менеджмент коммуникаций» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра менеджмента (ОГТИ)

наименование кафедры

протокол № 10 от " 02 " 06 2021 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра менеджмента (ОГТИ)

наименование кафедры

подпись

И.В. Зенченко

расшифровка подписи

02.06.2021

Исполнители:

Доцент кафедры экономики

должность

подпись

Н.И. Тришкина

расшифровка подписи

02.06.2021

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

<i>наименование кафедры</i>	<i>личная подпись</i>	<i>расшифровка подписи</i>	<i>дата</i>
Председатель методической комиссии по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление	<i>подпись</i>	Л.В. Пасечникова	<i>01.06.2021</i>
Заведующий библиотекой	<i>подпись</i>	М.В. Камышанова	<i>02.06.2021</i>
Начальник ИКЦ	<i>подпись</i>	М.В. Сапрыкин	<i>04.06.2021</i>

© Тришкина Н.И., 2021
© Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ, 2021

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 Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.16 Менеджмент*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-7 Способен осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации; взаимодействовать в ходе служебной деятельности в соответствии с этическими требованиями к служебному поведению; формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы с помощью базовых технологий формирования общественного мнения	ПК*-7-В-1 Эффективно осуществляет межличностные, групповые и организационные коммуникации ПК*-7-В-2 Эффективно использует этические требования к служебному поведению	Знать: <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. Уметь: <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;

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		<ul style="list-style-type: none"> - планировать и организовать коммуникации; - осуществлять оценку эффективности коммуникаций. <p>Владеть:</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; - навыками планирования и организации коммуникаций; - навыками оценки эффективности коммуникаций и выявления коммуникационных проблем в организации; - навыками в области совершенствования коммуникаций в организации.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	2 семестр	всего
Общая трудоёмкость	72	72
Контактная работа:	26,25	26,25
Лекции (Л)	14	14
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа:	45,75	45,75
- самостоятельное изучение разделов (раздел 1,2);	4	4
- выполнение расчетно-графического задания (РГЗ);		
- написание реферата (Р);		
- написание эссе (Э);		
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	20	20
- подготовка к практическим занятиям;	10	10
- подготовка к коллоквиумам;		
- подготовка к рубежному контролю и т.п.)	11,75	11,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций	6	1	1		4
2	Коммуникационный процесс	6	1	1		4
3	Развитие межличностных коммуникаций	6	1	1		4
4	Коммуникации в организациях	6	1	1		4
5	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	9	2	1		6
6	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	9	2	1		6
7	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	10	2	2		6
8	Оценка эффективности внешних коммуникаций	10	2	2		6
9	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	10	2	2		6
	Итого:	72	14	12		46
	Всего:	72	14	12		46

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)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций	1
1	2	Коммуникационный процесс	1
2	3	Развитие межличностных коммуникаций	1
2	4	Коммуникации в организациях	1
3	5	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	1
3	6	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	1
4	7	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	2
5	8	Оценка эффективности внешних коммуникаций	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
6	9	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	2
		Итого:	12

4.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Наименование разделов и тем для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1	Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций	2
2	Коммуникационный процесс	2
	Итого:	4

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.

5.2 Дополнительная литература

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 «Менеджмент в России и за рубежом»
3. Журнал «Проблемы теории и практики управления»
4. Журнал «Справочник по управлению персоналом»
5. 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. ГАРАНТ – <http://www.garant.ru/>
3. КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>

5.4.2. Тематические профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Библиотека управления – <https://www.cfin.ru/>
2. Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент. – <http://ecsocman.hse.ru/>
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Менеджмент и организация управления – http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.76.2
4. Консалтер.ру – <http://www.konsalter.ru/biblioteka/>

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.managment.aaanet.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
12. <http://viktorova-ts.ru/page97/page123/index.html> - образовательный сайт

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Операционная система	Microsoft Windows	Подписка Open Value Subscription – Education Solutions (OVS-ES) по договору № 3В/20 от 01.06.2020 г.
Офисный пакет	Microsoft Office	
Интернет-браузер	Internet Explorer	Является компонентом операционной системы MicrosoftWindows
	Opera	Бесплатное ПО, http://www.opera.com/ru/terms
	Google Chrome	Бесплатное ПО, http://www.google.com/intl/ru/policies/terms/
	Яндекс.Браузер	Бесплатное ПО, https://yandex.ru/legal/browser_agreement/
Мультимедийный плеер	Windows Media Player	Является компонентом операционной системы MicrosoftWindows
	QuickTime Player	Бесплатное ПО, https://www.apple.com/legal/sla/

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Информационно-правовая система	Консультант Плюс	Комплект для образовательных учреждений по договору № 337/12 от 04.10.2012 г., сетевой доступ
Просмотр и печать файлов в формате PDF	Adobe Reader	Бесплатное ПО, http://www.adobe.com/ru/legal/terms.html

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 проектирования (выполнения курсовых работ)	Учебная мебель, компьютеры (3) с выходом в сеть «Интернет» и обеспечением доступа в электронную 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.