

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

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

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.В.19 Менеджмент коммуникаций» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

наименование кафедры

протокол № 8 от «05» апреля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

наименование кафедры

подпись

И.В. Зенченко

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры экономики и управления

должность

подпись

Е.А. Пузикова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

наименование

личная подпись

Л.В. Пасечникова

расшифровка подписи

05.04.2023 г.

дата

Заведующий библиотекой

личная подпись

М.В. Камышанова

расшифровка подписи

07.04.2023 г.

дата

Начальник ОИТ

личная подпись

М.В. Сапрыкин

расшифровка подписи

07.04.2023 г.

дата

© Пузикова Е.А., 2023
© Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ, 2023

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 обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.20 Организационное поведение*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.17 Связи с общественностью в органах власти*

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	<u>Знать:</u> - 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. <u>Уметь:</u> - диагностировать проблемы в коммуникационном процессе; - выбирать оптимальный канал коммуникации; - использовать современные информационные технологии для по-

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		<p>вышения эффективности коммуникационного процесса;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций; - 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 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	2 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	16,25	16,25
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа:	91,75	91,75
- самостоятельное изучение разделов (раздел 1,2):	10	10
- выполнение расчетно-графического задания (РГЗ);	10	10
- написание реферата (Р);	10	10
- написание эссе (Э);	30	30
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	30	30
- подготовка к практическим занятиям;	30	30

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	2 семестр	всего
- 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	12	1	1	10	
2	Коммуникационный процесс	11		1	10	
3	Развитие межличностных коммуникаций	11	1		10	
4	Коммуникации в организациях	12	1	1	10	
5	Планирование внутренних коммуникаций в организации и оценка их эффективности	12	1	1	10	
6	Планирование и организация маркетинговых коммуникаций	12	1	1	10	
7	Реклама и PR-деятельность как инструменты маркетинговых коммуникаций	12	1	1	10	
8	Оценка эффективности внешних коммуникаций	12	1	1	10	
9	Современные информационные технологии в управлении коммуникациями	14	1	1	12	
	Итого:	108	8	8	92	
	Всего:	108	8	8	92	

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
	2	Коммуникационный процесс	1
2	4	Коммуникации в организациях	1
	5	Планирование внутренних коммуникаций в организации и	1

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

4.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Наименование разделов и тем для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1	Коммуникации и содержание менеджмента коммуникаций	5
2	Коммуникационный процесс	5
	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.

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) .

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). 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.

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).

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. ГАРАНТ – <http://www.garant.ru/>
2. 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. 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.management.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	РЕД ОС «Стандартная» для Рабочих станций*	Образовательная лицензия от 11.07.2022 г. на 3 года для 240 рабочих мест в рамках соглашения о сотрудничестве с ООО «Ред Софт» № 305/06-22У от 28.06.2022 г.
Офисный пакет	LibreOffice	Свободное ПО, https://libreoffice.org/download/license/
Интернет-браузер	Яндекс.Браузер	Бесплатное ПО, https://yandex.ru/legal/browser_agreement/
Информационно-правовая система	Консультант Плюс	Комплект для образовательных учреждений по договору № 337/12 от 04.10.2012 г., сетевой доступ

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Программа просмотра электронных документов	Atril	Свободное ПО, является компонентом среды МАТЕ для ОС на базе ядра Linux, https://www.gnu.org/licenses/gpl-3.0.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.