

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Костромской государственный университет»

(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ**

Направление подготовки/специальность:

38.03.01 Экономика

Направленность/специализация:

Экономика бизнеса

Квалификация выпускника: бакалавр

**Кострома  
2021**

Рабочая программа дисциплины «Бизнес-коммуникации» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. №954)

Разработал: Попова Светлана Валентиновна, старший преподаватель кафедры экономики и управления КГУ

Рецензенты: Осянин И.К., генеральный директор ООО «Ммкиисг»  
Солдатова И.Ю., директор Департамента государственного регулирования цен и тарифов Костромской области

**ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА**

на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от 20 мая 2021 г. № 15)

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

на заседании кафедры экономики и управления  
(протокол от \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_)

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины** – формирование у обучающихся теоретических представлений о бизнес-коммуникациях и практических навыков по налаживанию эффективных коммуникаций организации с внешней и внутренней средой.

### **Задачи дисциплины:**

ознакомить студентов с основными теоретическими аспектами коммуникаций в бизнес-среде;

проанализировать коммуникационные процессы в различных типах организаций и условия их эффективности;

рассмотреть информационно-коммуникативные технологии взаимодействия организации с внешней и внутренней средой для решения бизнес-задач;

дать знания в области организации коммерческой коммуникации.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

**ПК-2** - Способен проводить анализ, обоснование и выбор решения

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИК.ПК-2.5. Демонстрирует знание теории заинтересованных сторон и техник эффективных коммуникаций

### **Знать:**

виды бизнес-коммуникаций, процесс коммуникаций;

этапы организации коммуникаций в бизнес-среде;

методы оценки эффективности бизнес-коммуникаций;

современные технические средства и информационные технологии, используемые для решения задач бизнеса;

### **Уметь:**

Планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;

Использовать техники эффективных бизнес-коммуникаций;

Анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами;

самостоятельно выделять основные формы и средства бизнес-коммуникации с ключевыми и целевыми аудиториями;

Использовать методы анализа и оценки коммуникационной деятельности предприятия для принятия профессиональных решений.

### **Владеть:**

Навыками использования основных организационных форм коммуникации и методов взаимодействия организации с целевой аудиторией;

способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;

способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина по выбору. Изучается в 8 семестре (очная форма обучения), 9 семестре 5 курса обучения (очно-заочная форма обучения), 5 курсе (вторая сессия) – заочная форма обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Деловые коммуникации, Маркетинг, Менеджмент, Деловая этика и деловое общение, Стратегическое управление.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 4. Объем дисциплины

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма	Заочная	Очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость в зачетных единицах	4	4	4
Общая трудоемкость в часах	144	144	144
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	52	14	34
Лекции	26	8	12
Практические занятия	26	6	22
Лабораторные занятия			
Практическая подготовка	4	2	4
Самостоятельная работа, в том числе (в часах):	53,65	118,65	71,65
Контроль	36	9	36
ИКР	2,35	2,35	2,35
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен	Экзамен

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Заочная	Очно-заочная форма обучения
Лекции	26	8	12
Практические занятия	26	6	22
Лабораторные занятия			
Консультации	2	2	2
Зачет/зачеты			
Экзамен/экзамены	0,35	0,35	0,35
Курсовые работы			
Курсовые проекты			
Всего	54,35	16,35	36,35

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий**

**5.1 Тематический план учебной дисциплины**

**Тематический план учебной дисциплины (очная форма обучения)**

№	Название раздела, темы	Всего, час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			лекц.	практ.	лаб.	
1	Основы бизнес-коммуникаций	24	6	6		12
1	Управление внутренними коммуникациями компании	24	6	6		12
3	Управление внешними коммуникациями компании	33,65	8	8		17,65
4	Маркетинговые коммуникации в бизнесе	24	6	6		12
	Экзамен	36				36
	ИКР	2,35				2,35
	<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>26</b>	<b>26</b>		<b>92</b>

**Тематический план учебной дисциплины (заочная форма обучения)**

№	Название раздела, темы	Всего, час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			лекц.	практ.	лаб.	
1	Основы бизнес-коммуникаций	31	2	1		28
1	Управление внутренними коммуникациями компании	32	2	2		28
3	Управление внешними коммуникациями компании	38,65	2	2		34,65
4	Маркетинговые коммуникации в бизнесе	31	2	1		28
	Экзамен	9				9
	ИКР	2,35				2,35
	<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>8</b>	<b>6</b>		<b>130</b>

## Тематический план учебной дисциплины (очно-заочная форма обучения)

№	Название раздела, темы	Всего, час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			лекц.	практ.	лаб.	
1	Основы бизнес-коммуникаций	22	2	4		16
1	Управление внутренними коммуникациями компании	26	4	6		16
3	Управление внешними коммуникациями компании	35,65	4	8		23,65
4	Маркетинговые коммуникации в бизнесе	22	2	4		16
	Экзамен	36				36
	ИКР	2,35				2,35
	<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>12</b>	<b>22</b>		<b>110</b>

### 5.2. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Основы бизнес-коммуникации**

Понятие бизнеса, цели и задачи бизнеса. Понятие коммуникации. Типы и формы ведения деловых коммуникаций. Модели бизнес-коммуникаций. Формальные и неформальные средства бизнес-коммуникаций. Место бизнес-коммуникаций в системе управления предприятием. Коммуникативный процесс и эффективность бизнес-среды. Менеджмент бизнес-коммуникаций. Способы оценки эффективности бизнес-коммуникаций.

#### **Тема 2. Управление внутренними коммуникациями компании**

Внутренние коммуникации организации. Понятие «внутренние коммуникации». Цели коммуникационного общения внутри организации. Формальная структура и нормативные коммуникационные каналы внутри организации. Неформальные коммуникации внутри организации. Стандартизированные и не стандартизированные формы коммуникации внутри компании. Использование современных способов внутренней коммуникации. Формирование внутреннего имиджа организации средствами коммуникаций.

#### **Тема 3. Управление внешними коммуникациями компании**

Определение понятия «внешние коммуникации». Структура внешних бизнес-коммуникаций в зависимости от типа и отраслевой принадлежности организации. Инфраструктура бизнеса и коммуникационный менеджмент. Бизнес-среда и коммуникационный менеджмент. Коммуникации с основными партнерами: посредниками, поставщиками. Коммуникации с потребителями. Коммуникации с контактными аудиториями. Коммуникации с конкурентами. Использование современных способов внешней коммуникации. Формирование имиджа предприятия средствами коммуникации.

#### Тема 4. Маркетинговые коммуникации в бизнесе

Понятие и виды маркетинговых коммуникаций. Цели бизнеса и коммуникационной политики фирмы. Целевая аудитория бизнес-коммуникаций. Понятие позиционирования в бизнес-коммуникациях. Способы позиционирования. Этапы позиционирования. Ошибки позиционирования. Формы продвижения бизнеса: реклама, прямые продажи, стимулирование сбыта, PR-технологии. Классификация и виды рекламы. Способы стимулирования сбыта, как вид бизнес-коммуникации. Прямые продажи. PR-технологии в бизнес-коммуникациях.

Анализ бизнес-коммуникаций конкурентов. Медиапланирование и рекламный бюджет. Оценка эффективности коммуникационной политики фирмы.

### 5.3. Практическая подготовка

#### 5.3.1. Практическая подготовка (очная форма обучения)

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Семестр 8			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.	...	...	...
38.03.01 Экономика – экономика бизнеса	Коммуникационная деятельность организации	4	–	4	–	–	–	–

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
ПК-2	ИК.ПК-2.5.	Составление контент-плана для социальных сетей	4	–	4	–

#### 5.3.2. Практическая подготовка (заочная форма обучения)

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Курс 5			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.	...	...	...
38.03.01 Экономика – экономика бизнеса	Бизнес-коммуникации	2	–	2	–	–	–	

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
ПК-2	ИК.ПК-2.5.	Составление контент-плана для социальных сетей	2	–	2	–

#### 5.3.3. Практическая подготовка (очно-заочная форма обучения)

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки		
		Всего	Семестр 9	Семестр ..

			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.	...	...	...
38.03.01 Экономика – экономика бизнеса	Бизнес-коммуникации	4	–	4	–	–	–	–

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
ПК-2	ИК.ПК-2.5.	Составление контент-плана для социальных сетей	4	–	4	–

## 6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

### 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине

#### Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (очная форма обучения)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Основы бизнес-коммуникаций	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию	12	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование
2.	Управление внутренними коммуникациями компании	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию. Изучение материалов кейса	17,65	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование Кейсы
3	Управление внешними коммуникациями компании	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию	12	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование Кейсы
4	Маркетинговые коммуникации в бизнесе	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию Изучение материалов кейса	12	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Кейсы Типовые задания Тестирование
	Экзамен	Подготовка к экзамену	36	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	
	ИКР		2,35		
	Итого		92		

**Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине  
(заочная форма обучения)**

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Основы бизнес-коммуникаций	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию	28	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование
2.	Управление внутренними коммуникациями компании	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию.	34,65	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование Кейсы
3	Управление внешними коммуникациями компании	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию	28	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование Кейсы
4	Маркетинговые коммуникации в бизнесе	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию	28	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Кейсы Типовые задания Тестирование
	Экзамен	Подготовка к экзамену	9	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	
	ИКР		2,35		
	Итого		130		

**Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине  
(очно-заочная форма обучения)**

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Основы бизнес-коммуникаций	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию	16	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование
2.	Управление внутренними коммуникациями компании	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию. Изучение материалов кейса	23,65	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование Кейсы
3	Управление внешними коммуникациями компании	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию	16	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Тестирование Кейсы
4	Маркетинговые коммуникации в бизнесе	Изучение лекционного материала. Подготовка к опросу. Подготовка к тестированию Изучение материалов	16	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	Опрос Кейсы Типовые задания Тестирование

		кейса			
	Экзамен	Подготовка к экзамену	36	– Самостоятельное изучение материала лекции и дополнительных источников	
	ИКР		2,35		
	Итого		110		

## 6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Стратегическое планирование коммуникационной деятельности организации: соотнесение целей организации с целями коммуникационной политики.
2. Анализ целевой аудитории
3. Методы и приемы сбора данных: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы, интервью. Виды маркетинговых исследований.
4. Компьютерные программы обработки информации.
5. Разработка названия организации
6. Разработка концепции рекламного слогана
7. Написание пресс-релиза
8. Анализ социальных сетей
9. Разработка контент-плана социальных сетей
10. Составление медиаплана.

## 6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрено

## 6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Не предусмотрено

## 7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

*а) основная:*

1. Кривокопа, Е. И. Деловые коммуникации: Уч.пос./Кривокопа Е. И. - М.: НИЦ ИНФРАМ, 2016. - 190 с.: 60x90 1/16. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518602>
2. Горфинкель, В.Я. Коммуникации и корпоративное управление : учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 129 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00923-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552>
3. Кулагина, Н. В. Деловые коммуникации / Кулагина Н.В. - М.:Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 234 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=557755>

*б) дополнительная:*

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - М.:Дашков и К, 2017. - 488 с.: 60x84 1/16. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=329134>
2. Евсеев, В. О. Деловые игры по формированию экономических компетенций : учеб. пособие / В.О. Евсеев. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 254 с. [Электронный ресурс]. - URL: - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=933874>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

### **Электронные библиотечные системы:**

1. ЭБС «Лань»;
2. ЭБС «Университетская библиотека online»;
3. ЭБС «Znanium»;
4. Справочно-правовые системы «Консультант», «Гарант».

## **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от расписания занятий на текущий учебный год занятия могут проходить:

- лекционные – в ауд. 331, 325, 319, 303, 302, 231, каждая из которых оснащена мультимедийным проектором, и настенным экраном, в первых двух имеется безлимитный интернет, зона wi – fi;

- практические – в ауд. 204, 203, 205, 206. Аудитории 205, 206 оснащены компьютерами с офисным пакетом (по 8 в каждой), мультимедийным проектором, настенным экраном. Имеется безлимитный интернет, зона wi – fi;

- самостоятельная работа – (главный корпус – 318 ауд.; корпус А – 309 ауд.; корпус Б – 302 ауд.; корпус Е – 406, 410 ад.; корпус Ж – 211 ауд.; корпус В1 – 47, 48, 50, 54, 55, 63, 70 ауд.; корпус В1 – 48, 57, 59, 61, 64 ауд.) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС КГУ.

Необходимое программное обеспечение – офисный пакет. Специальное лицензионное программное обеспечение не используется.