Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.24 Электронные коммуникации в управлении»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2025

2209053

Рабочая программа дисциплины *«Б1.Д.Б.24 Электронные коммуникации в управлении»* рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "03" 02 2025 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:

Доцент Н.В. Лужнова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

Ст. преподаватель И.А. Зайцева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Лужнова Н.В.,
Зайцева И.А., 2025
© ОГУ, 2025

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: изучить теоретические основы и практические приемы осуществления электронных коммуникаций в управленческой и маркетинговой деятельности.

Задачи:

- выявить значение электронных коммуникаций в деловом общении, управлении и маркетинге;
- изучить уровни коммуникативной политики и модель коммуникационного процесса на предприятии;
- освоить работу в информационно-телекоммуникационной сети Интернет по поиску, обработке и передаче актуальной информации для решения профессиональных задач;
- овладеть навыками работы с программными средствами по анализу больших объемов данных.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.11 Информатика, Б1.Д.Б.12 Информационные технологии и программирование, Б1.Д.Б.17 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.26 Основы предпринимательской деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.5 Маркетинговые исследования, Б1.Д.В.6 Стратегический маркетинг, Б1.Д.В.7 Организация рекламной деятельности, Б1.Д.В.11 Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования и бизнес-процессов, Б1.Д.В.13 Маркетинг инноваций, Б1.Д.В.Э.1.1 Маркетинговое информационное пространство, Б1.Д.В.Э.1.2 Электронная коммерция, Б1.Д.В.Э.2.1 Интернет маркетинг, Б1.Д.В.Э.2.2 Реклама в социальных сетях, Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика*

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
ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК-5-В-1 Знает теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации, особенности современного информационного поля делового общения, в том числе электронные коммуникации ОПК-5-В-2 Способен применять современные информационные технологии и программные средства для формирования массивов данных ОПК-5-В-3 Способен осуществлять взаимодействие с поисковыми и аналитическими интеллектуальными системами для решения профессиональных задач	**Знать:** содержание, структур и технологии электронных коммуникаций в процессе современного делового общения **Уметь:** использовать специализированные программные средства для формирования и обработки больших массивов данных **Владеть:** приемами поиска и передачи маркетинговой

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для решения профессиональных задач
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6-В-1 Знает принципы работы современных информационных технологий для решения профессиональных задач ОПК-6-В-2 Умеет применять знания о современных информационных технологиях для решения профессиональных задач ОПК-6-В-3 Владеет навыками использования современных информационных технологий при решении профессиональных задач	**Знать:** принципы работы и виды современных информационных технологий для решения профессиональных управленческих задач **Уметь:** применять знания о современных информационных технологиях для решения профессиональных управленческих задач **Владеть:** навыками использования современных информационных технологий при решении профессиональных управленческих задач

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**52,25**	**52,25**
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения Moodle;* *- изучение разделов массового открытого онлайн-курса «Эффективная коммуникация в рабочей среде»;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**91,75**	**91,75**

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Роль электронных коммуникаций в современном деловом общении	48	6	12		30
2	Информационные сети и поисковые системы	58	8	16		34
3	Программные средства для работы с большими массивами данных	38	4	6		28
	Итого:	144	18	34		92
	Всего:	144	18	34		92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Роль электронных коммуникаций в современном деловом общении

Понятие коммуникации. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение». Задачи коммуникативного процесса. Функции коммуникации. Типы коммуникации. Каналы и средства коммуникации. Модель коммуникативного процесса. Элементы модели процесса коммуникации. Шумы в процессе коммуникации и способы их снижения. Факторы эффективного процесса коммуникации. Информационные процессы в менеджменте и маркетинге. Уровни коммуникативной политики на предприятии.

Значение электронных коммуникаций в современном бизнесе. Возможности и риски электронных коммуникаций. Понятие электронных корпоративных коммуникаций. Специфика электронных и онлайн-коммуникаций. Характеристика инструментов электронных коммуникаций. Уровни фреймворка по управлению электронными корпоративными коммуникациями. Задачи инструментов электронных коммуникаций в организации. Правила делового общения в мессенджерах. Правила делового общения при выполнении звонков. Правила делового общения при видеоконференциях. Правила делового общения при использовании электронной почты. Правила делового общения при использовании социальных сетей.

Раздел 2. Информационные сети и поисковые системы

Понятие и виды систем. Понятие информационной системы в узком и широком смыслах. Цели внедрения информационной системы. Функциональные подсистемы информационной системы. Обеспечивающие подсистемы информационной системы. Виды информационных систем по типу решаемых задач. Автоматизированные системы управления. Основные направления применения информационных систем в организациях. Внутренние пользователи информационной системы. Внешние пользователи информационной системы. Виды информационных систем по направлениям автоматизации. Понятие и структура маркетинговой информационной системы.

Информационная система управления предприятием: задачи и функции. Организационная и процессная структура предприятия при внедрении информационных систем. Эволюция информационных систем управления предприятием: MPS (Master Planning Scheduling), MRP (Materials Requirements Planning), MRP II (Manufacturing Resource Planning), ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), CSRP (Customer Synchronized Resource Planning), SCM (Supply Chain Management). Основные способы внедрения информационных систем. Преимущества и недостатки. Основные этапы внедрения информационной системы. Жизненный цикл информационной системы. Каскадная и итерационная модель. Оценка рисков при внедрении информационной системы. Примеры рисков на различных этапах внедрения. Антирисковые

мероприятия при внедрении информационной системы. Классификация рисков по степени управляемости. Виды информационных угроз и методы защиты информации.

Раздел 3. Программные средства для работы с большими массивами данных

Понятие Big Data (большие массивы данных). Содержание и цели этапов жизненного цикла данных. Типы Больших данных. Форматы Больших данных. Характеристики Больших данных. Принципы работы с Большими данными. Сферы применения Больших данных. Программные продукты для работы с Большими данными. Возможности программы Yandex DataLens. Понятие и значение Центров обработки данных (ЦОД). Содержание уровней ЦОД. Города размещения ЦОД в России.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1, 2	1	Понятие коммуникации, соотношение понятий «коммуникация» и «общение»	4
3, 4	1	Модель коммуникативного процесса в управлении, виды коммуникаций	4
5, 6	1	Правила написания электронного письма или этикет электронной почты	4
7, 8	2	Виды информационных систем в управлении предприятием	4
9, 10	2	Формирование маркетинговой информационной системы	4
11, 12	2	Структура маркетинговой информационной системы на предприятии	4
13	2	Современные тенденции развития информационных систем	2
14	2	Язык запросов в поисковой системе	2
15, 16, 17	3	Особенности использования программы Yandex DataLens для анализа больших данных	6
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Безопасность электронного документооборота : учебное пособие : [16+] / П. А. Тищенко, Ю. М. Казаков, Р. А. Филиппов [и др.]. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 54 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602225 (дата обращения: 21.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1928-1. – Текст : электронный.

2. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 260 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124 (дата обращения: 21.03.2025). – Библиогр.: с. 254-255. – ISBN 978-5-394-02257-9. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1. Ивасенко, А. Г. Информационные технологии в экономике и управлении [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Прикладная информатика (по областям)", "Менеджмент организации", "Государственное и муниципальное управление" / А. Г. Ивасенко, А. Ю. Гридасов, В. А. Павленко.- 4-е изд., стер. - Москва : КНО-РУС, 2015. - 154 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 153-154. - ISBN 978-5-406-03994-6.

2. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 684 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621649 (дата обращения: 07.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03474-9. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.marketolog.ru – журнал «Маркетолог»
http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге
http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»
http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
http://www.sostav.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR
http://www.advertology.ru – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR
https://azconsult.ru/blog/ - все о маркетинге для малого бизнеса и фрилансеров

«Эффективная коммуникация в рабочей среде» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе https://openedu.ru/ - «Открытое образование» / Разработчик курса: Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», режим доступа: https://openedu.ru/course/mephi/mephi_efkrs/?session=spring_2023.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система РЕД ОС
2 Пакет офисных приложений LibreOffice
3 Веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/
4 Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
5 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования (АИССТ) (регистрационный номер в РОСПАТЕНТ №2011610456). - Режим доступа: https://osu.aistt.ru/
6 Электронные коммуникации в управлении [Электронный ресурс] : электронный курс в системе Moodle / Н.В. Лужнова, И.А. Зайцева, Оренб. гос. ун-т. – Электрон. дан. – Оренбург: ОГУ, 2025. – Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. - https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=19085.
7 Платформа для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций «DION» (Конфигурация «DION EDU»)
8 Профессиональная база данных, Национальный рейтинг креативности рекламно-коммуникационных организаций России, Национальный рейтинг эффективности коммуникационных агентств, Национальный рейтинг эффективности медиаагентств, Национальный рейтинг ивент-услуг, Национальный рейтинг диджитал нон-медиа услуг, Рейтинг медиаагентсв АКАР/Sostav. - Режим доступа: https://www.akarussia.ru/node/9307
9 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
10 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
11 http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

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.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.