**DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES**

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

|  |  |
| --- | --- |
| Studiju kursa nosaukums | ***Komunikāciju vadība*** |
| Studiju kursa kods (DUIS) |  |
| Zinātnes nozare | Plašsaziņas līdzekļi un komunikācija |
| Kursa līmenis |  |
| Kredītpunkti | 2 |
| ECTS kredītpunkti | 3 |
| Kopējais kontaktstundu skaits | 32 |
| Lekciju stundu skaits | 16 |
| Semināru stundu skaits | 8 |
| Praktisko darbu stundu skaits | 8 |
| Laboratorijas darbu stundu skaits |  |
| Studējošā patstāvīgā darba stundu skaits | 64 |
|  | |
| Kursa autors(-i) | |
| Inta Ostrovska, Dr. paed., DU HSZI pētniece, SZF Ekonomikas katedras docente | |
| Kursa docētājs(-i) | |
| Inta Ostrovska, Dr. paed., DU HSZI pētniece, SZF Ekonomikas katedras docente | |
| Priekšzināšanas | |
| Nav | |
| Studiju kursa anotācija | |
| Kursa mērķis ir sniegt zināšanas par dažādiem sociālās komunikācijas veidiem un lietišķās komunikācijas jomām, komunikācijas vadīšanas iespējām kultūras un mākslas organizācijās mūsdienu informācijas sabiedrības un ilgtspējības kontekstā.   Kursa uzdevumi:  - sniegt  ieskatu par informācijas un komunikācijas nozīmi kopumā un organizācijas vadības procesā;  - iepazīt lietišķās komunikācijas veidus;  - apgūt lietišķās komunikācijas prasmes;  - izprast atgriezeniskās saiknes būtību un nozīmi. | |
| Studiju kursa kalendārais plāns | |
| Lekcijas (L) – 16 st., semināri (S) – 8 st., praktiskie darbi (P) – 8 st., patstāvīgais darbs (Pd)- 64 st.  Lakcijas:  Komunikācijas procesa raksturojums– L 2, Pd 8  Komunikācija un saskarsme: kopīgais un atšķirīgais.– L 2, Pd 8  Verbālā komunikācija un  neverbālā komunikācija – L 2, Pd 8  Kontakta veidošana. Atgriezeniskās saiknes nozīme un veidošanas iespējas. Ķermeņa valoda. Darbs ar auditoriju – L 2, S 2, P 4, Pd 8  Komunikatīvās barjeras, to novērtēšana un izvairīšanās no konfliktsituācijām – L 2, S 2, Pd 8  Komunikācijas nozīme lēmumu pieņemšanā. Informācijas aprites sistēma organizācijā – L 2, S 2, Pd 8  Organizācijas kultūra un komunikācijas īpatnības – L 2, S 2, Pd 8  Organizācijas tēls un to veicinošie pasākumi komunikācijas aspektā. Komunikācijas procesa piemēru analīze – L 2, P 4, Pd 8  . | |
| Studiju rezultāti | |
| |  | | --- | | ZINĀŠANAS | | 1 Labi orientējas komunikācijas procesa teorētiskajos jautājumos.  2. Spēj analizēt komunikācijas sistēmu atbilstoši organizācijas struktūras īpatnībām. | | PRASMES | | 3. Prot izvēlēties organizācijas kultūrai piemērotu komunikācijas sistēmu.  4. Prot analizēt konflikta situācijas un izvēlēties atbilstošo situācijas risinājumu.  5. Prot izteikt un argumentēt viedokli par efektīvāko komunikācijas problēmu risinājumu. | | KOMPETENCE | | 6. Novērtē komunikācijas procesa īpatnības un spēj noteikt negatīvās komunikācijas procesa izpausmes organizācijā.  7. Spēj diskutēt, analizēt situāciju un piedāvāt alternatīvos risinājumus, lai varētu pieņemt pamatotu lēmumu. | | |
| Studējošo patstāvīgo darbu organizācijas un uzdevumu raksturojums | |
| Patstāvīgie darbi ietver studentu individuālus pētījumus un situācijas uzdevumu risināšanu praktiskajās nodarbībās. Patstāvīgie darbi tiek veikti gan individuāli, gan grupā, prezentējot iegūtos rezultātus. Patstāvīgie darbi ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un pielietojumu. Grupas darbi ir vērsti uz komunikāciju prasmju attīstīšanu komandā.  Situāciju analīze, diskusijas, vingrinājumi, situāciju apraksta veidošana un analīze praktiskajās nodarbībās. Praktiskās nodarbības (grupu vai individuālais darbs) - jēdzienu atpazīšana, situāciju analīze. | |
| Prasības kredītpunktu iegūšanai | |
| STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI  Studiju kursa apguve tā noslēgumā tiek vērtēta 10 ballu skalā saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un atbilstoši "Nolikumam par studijām Daugavpils Universitātē" (apstiprināts DU Senāta sēdē 17.12.2018., protokols Nr. 15), vadoties pēc šādiem kritērijiem:iegūto zināšanu apjoms un kvalitāte, iegūtās prasmes un kompetences atbilstoši plānotajiem studiju rezultātiem.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANA   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Pārbaudījumu veidi | Studiju rezultāti \* | | | | | | | | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | | 1. darbs semināros |  | + | + | + | + |  |  | | 2. Piedalīšanās praktiskajās nodarbībās | + |  |  | + | + | + |  | | 3. Patstāvīgā darba uzdevumu izpilde | + | + |  | + | + | + | + | | Gala pārbaudījums: uzstāšanās ar sagatavotu ziņojumu par izvēlēto tēmu. | + | + | + | + | + | + | + | | |
| Kursa saturs | |
| Lakcijas:  Komunikācijas procesa raksturojums– 2. st.  Komunikācija un saskarsme: kopīgais un atšķirīgais.– 2 st.  Verbālā komunikācija un  neverbālā komunikācija –2 st.  Kontakta veidošana. Ķermeņa valoda. Darbs ar auditoriju – 2 st.  Komunikatīvās barjeras, to novērtēšana un izvairīšanās no konfliktsituācijām – 2 st.  Komunikācijas nozīme lēmumu pieņemšanā. Informācijas aprites sistēma organizācijā – 2 st.  Organizācijas kultūra un komunikācijas īpatnības – 2st.  Organizācijas tēls un to veicinošie pasākumi komunikācijas aspektā – 2 st.  Semināri:  Atgriezeniskās saiknes nozīme un veidošanas iespējas – 2 st.  Organizācijas kultūra un komunikācijas īpatnības – 2 st.  Komunikatīvās barjeras, to novērtēšana un izvairīšanās no konfliktsituācijām – 2 st.  Komunikācijas nozīme lēmumu pieņemšanā. Informācijas aprites sistēma organizācijā – 2 st.  Praktiskie darbi:  Kontakta veidošana. Ķermeņa valoda. Darbs ar auditoriju – 4 st.  Komunikācijas procesa piemēru analīze – 4 st | |
| Obligāti izmantojamie informācijas avoti | |
| 1. Beks K. (2021) Mediju un komunikācijas zināne. R.: Turība.  2. Collister, S., & Roberts-Bowman, S. (2020).Visual Public Relations : Strategic Communication  Beyond Text. Routledge. ISBN 9780367666897  2. Holtzhausen, D., Fullerton, J., Lewis, B.K.,& Shipka, D. (2021). Principles of Strategic  Communication. Routledge. ISBN 9780367426316. Atrodama LNB  4. Fuchs, C. (2022). Digital Capitalism : Media, Communication and Society. Routledge.  ISBN 9781032119205. Atrodama LNB  5. Veinberga S. (2019). Komunikācija. Teorija un prakse. R.: "Sava grāmata". | |
| Papildus informācijas avoti | |
| Bendiksens P. Ievads kultūras un mākslas menedžmentā. R.: Jāņa Rozes apgāds. 2008. ISBN10: 9984232840  Bērziņš, I. Cilvēku, zīmolu, mediju un kultūras menedžments. Rakstu krājums. Rīga: Jāņa Rozes apgāds. 2006.  Denison, D., Hooijberg R., Lane N., Lief C. Leading Culture Change in Global Organizations: Aligning Culture and Strategy. San Francisko: Jossey-Bass, 2012.  Dombrova E. Radošais mārketings. R.: Biznesa augstskola Turība. 2008.  Dubkēvičs L. Organizācijas kultūra. Jumava apgāds, 2009 .  Filipss D., F. Jangs Praktisks ceļvedis kā izveidot tiešsaistes stratēģiju sociālo plašsaziņas līdzekļu pasaulē. Rīga, 2010. 374 lpp.  Fosters D. Lietišķā etiķete Eiropā. R.: 2005.  Hofstede, G., Hofstede G.J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. Third Edition. McGraw Hill Professional. 2010.  Hartley, Kate Communicate in a crisis. London : Kogan Page, 2019. xiv, 237 pages 416.  Lasmane S. Komunikācijas ētika. Rīga, 2011  Līkopa V. Lietišķā etiķete mūsdienu biznesā. R., 2003.  Lapsa, T. Sabiedriskās attiecības: Ievads teorijā un praksē. Rīga: Biznesa augstskola Turība. 2002.  Lejniece Z. Lietišķā etiķete. Lekciju konspekts. R.,RTU, 2004.  Management models for the future. Jan Jonker, Jacob Eskildsen (eds.). Berlin; Heidelberg: Springer. 2009.  Keyton, J. Communication & organizational culture: a key to understanding work experiences. Thousand Oaks; London; New Delhi : SAGE Publications. 2005.   Kincāns V. Etiķete. R., 2003.  Rokasgrāmata lietišķajā etiķetē. R.: "Jumava", 2007.  Rokasgrāmata „Starpkultūru komunikācija”. Sabiedrības integrācijas fonds. 2010.  Praude V., J.Šalkovska. Mārketinga komunikācijas. 1.sējums. – Rīga: Vaidelote, 2005. 484.lpp.  Praude V., J.Šalkovska. Mārketinga komunikācijas. 2.sējums. – Rīga: Vaidelote, 2006. 453.lpp.  Veinberga S. Masmediji. Prese, radio un televīzija. – Rīga: Zvaigzne ABC. 2005.  Sadarbība uzņēmumā. Lietišķās informācijas dienests, 2011. 188 lpp.. | |
| Periodika un citi informācijas avoti | |
| <https://news.lv/Latvijas-Pasvaldibu-savienibas-izdevums-zurnals-Logs/2017/08/17/komunikacija-veido-reputaciju>  <https://biznesapsihologija.lv/wp-content/uploads/2018/09/BP22.pdf>  <https://enciklopedija.lv/skirklis/1104>  <https://www.skc.lv/lv/padomi/blogs-uznemuma-paligs-komunikacija-ar-ta-merkauditoriju>  <https://www.db.lv/zinas/abone-jauno-zurnalu-ilustreta-junioriem-mini-505948>  <https://raktuves.lv/biznesa-klientiem/komunikacija-uznemuma/>  / | |
| Piezīmes | |
| Studiju kurss tiek docēts PBSP "Mākslas menedžments". | |