**DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES**

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

|  |  |
| --- | --- |
| Studiju kursa nosaukums | ***Komunikācijas vadība*** |
| Studiju kursa kods (DUIS) | KomZ5001 |
| Zinātnes nozare | Plašsaziņas līdzekļi un komunikācija |
| Kursa līmenis | 7 |
| Kredītpunkti | 2 |
| ECTS kredītpunkti | 3 |
| Kopējais kontaktstundu skaits | 32 |
| Lekciju stundu skaits | 16 |
| Semināru stundu skaits | 16 |
| Praktisko darbu stundu skaits | - |
| Laboratorijas darbu stundu skaits | - |
| Studējošā patstāvīgā darba stundu skaits | 64 |
|  | |
| Kursa autors(-i) | |
| Dr.paed., doc., pētn. Inta Ostrovska | |
| Kursa docētājs(-i) | |
| Dr.paed., doc., pētn. Inta Ostrovska | |
| Priekšzināšanas | |
| Nav | |
| Studiju kursa anotācija | |
| Studiju kursa mērķis ir sniegt zināšanas par dažādiem sociālās komunikācijas veidiem un lietišķās komunikācijas jomām, komunikācijas vadīšanas iespējām organizācijā mūsdienu informācijas sabiedrības un ilgtspējības kontekstā.  Studiju kursa uzdevumi:  -izprast informācijas un komunikācijas nozīmi sabiedrībā kopumā un organizācijas vadības procesā;  -iepazīt lietišķās komunikācijas veidus, uzlabot lietišķās komunikācijas prasmes;  -izprast atgriezeniskās saiknes būtību un nozīmi. Nostiprināt un uzlabot uzstāšanās un prezentēšanas prasmes, atklāt vājākās vietas savas uzstāšanās gaitā, uzlabot kontaktu ar auditoriju, kā arī iegūt pārliecību par savām spējām;  -sniegt zināšanas par komunikācijas vadīšanas iespējām organizācijā mūsdienu informācijas sabiedrības un ilgtspējības kontekstā.  Kursa gaitā studējošie analizē galvenās komunikācijas procesa kategorijas, apgūst prasmi patstāvīgi spriest, kritiski domāt un vērtēt procesus un parādības sabiedrībā. Studiju kursā ir ietvertas galvenās komunikācijas problēmas vadīšanas kontekstā, kas pēc to apgūšanas dod iespēju izveidot vienotu priekšstatu un izpratni par mūsdienu organizāciju vadību. Īpaša uzmanība tiks veltīta komunikācijas organizēšanai vadības procesa kontekstā, kas veicina organizācijas mērķu sasniegšanu, kā arī uzsvērtas komunikācijas īpatnības mākslas jomā. | |
| Studiju kursa kalendārais plāns | |
| Lekcijas 16 st., semināri 16 st., patstāvīgais darbs 64 st.  1.Mediju un komunikācijas zinātnes pamatjēdzieni un svarīgākās teorētiskās atziņas. L2, S2, Pd 5  2. Komunikācijas mērķi, struktūra. Komunikācijas procesa komponenti. L2, S2, Pd 5  3. Komunikācijas modeļi. Komunikācijas procesa modelēšana.  L1, S1, Pd 5  4. Komunikācijas pētniecības metodes. L1, S1, Pd 5  5. Komunikatīvās barjeras, to novērtēšana. Komunikācija un izvairīšanās no konfliktsituācijām. L1, S1, Pd 5  6. Komunikācijas ētiskie aspekti. L1, S1, Pd 5  7. Virtuālās telpas komunikācija. Rituālu komunikācija. L2, S2, Pd 6  8. Māksla kā komunikācijas rīks. L1, S1, Pd 6  9. Organizācijas kultūra un komunikācijas īpatnības. L1, S1, Pd 6  10. Organizācijas tēls un to veicinošie pasākumi komunikācijas aspektā. L1, S1, Pd 6  11. Riska un krīzes komunikācija. L2, S2, Pd 5  12. Atbildīga komunikācija un organizāciju ilgtspēja. L1, S1, Pd 5  Gala pārbaudījums/diferencētā ieskaite: tests. | |
| Studiju rezultāti | |
| ZINĀŠANAS:   1. Studējošie demonstrē zināšanas par komunikācijas procesa īpatnībām, saturu un būtību, modeļiem, 2. Zināšanas par komunikācijas vadīšanas iespējām organizācijā mūsdienu informācijas sabiedrības un ilgtspējības kontekstā.   PRASMES:   1. Studējošie prot analizēt komunikācijas procesa būtiskākos aspektus, prot salīdzināt dažādu teorētiķu atziņas par komunikācijas procesu, tā klasifikāciju un saistīt to ar esošo situāciju sabiedrībā. 2. Prot analizēt komunikācijas sistēmu atbilstoši organizācijas struktūras īpatnībām.  prot izmantot komunikācijas izpētes un vadīšanas metodes.   KOMPETENCE:   1. Studējošie spēj, izmantojot apgūtos teorētiskos pamatus, prognozēt un izvērtēt vadīšanas un komunikācijas problēmu dažādus aspektus, spēj izvēlēties organizācijas kultūrai piemērotu komunikācijas sistēmu. 2. Spēj novērtēt komunikācijas procesa īpatnības un noteikt negatīvās komunikācijas procesa izpausmes organizācijā., spēj diskutēt un risināt ar vadību saistītās problēmas gan vēsturiskajā, gan mūsdienu kontekstā; risināt problēmas organizācijas krīzes situācijā. | |
| Studējošo patstāvīgo darbu organizācijas un uzdevumu raksturojums | |
| Patstāvīgie darbi ietver studentu individuālus pētījumus un situācijas uzdevumu risināšanu seminārnodarbībās. 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 seminārnodarbībās. | |
| Prasības kredītpunktu iegūšanai | |
| STARPPĀRBAUDĪJUMI  1. Piedalīšanās seminārnodarbību diskusijās.  2. Uzstāšanās ar sagatavotu ziņojumu par izvēlēto tēmu.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANA   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Pārbaudījumu veidi | Studiju rezultāti | | | | | | | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | | 1. Darbs semināros | + | + | + | + | + | + | | 2. Patstāvīgā darba uzdevumu izpilde un uzstāšanās ar sagatavotu ziņojumu par izvēlēto tēmu. | + |  | + | + | + |  | | Gala pārbaudījums/diferencētā ieskaite/tests | + | + | + | + | + | + | |  |  |  |  |  |  |  | | |
| Kursa saturs | |
| 1. Mediju un komunikācijas zinātnes pamatjēdzieni un svarīgākās teorētiskās atziņas. L2, S2 2. Komunikācijas mērķi, struktūra. Komunikācijas procesa komponenti. L2, S2 3. Komunikācijas modeļi. Komunikācijas procesa modelēšana.  L1, S1 4. Komunikācijas pētniecības metodes. L1, S1 5. Komunikatīvās barjeras, to novērtēšana. Komunikācija un izvairīšanās no konfliktsituācijām. L1, S1 6. Komunikācijas ētiskie aspekti. L1, S1 7. Virtuālās telpas komunikācija. Rituālu komunikācija. L2, S2 8. Māksla kā komunikācijas rīks. L1, S1 9. Organizācijas kultūra un komunikācijas īpatnības. L1, S1 10. Organizācijas tēls un to veicinošie pasākumi komunikācijas aspektā. L1, S1 11. Riska un krīzes komunikācija. L2, S2 12. Atbildīga komunikācija un organizāciju ilgtspēja. L1, S1   Gala pārbaudījums/diferencētā ieskaite: tests. | |
| 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  3. Fuchs, C. (2022). Digital Capitalism: Media, Communication and Society. Routledge.  ISBN 9781032119205. *Atrodama LNB*  4. Hartley, K. 2019. Communicate in a crisis. London: Kogan Page.  5. Holtzhausen, D., Fullerton, J., Lewis, B.K.,& Shipka, D. (2021). Principles of Strategic  Communication. Routledge. ISBN 9780367426316. *Atrodama LNB*  6. Veinberga S. (2019). Komunikācija. Teorija un prakse. R.: "Sava grāmata". | |
| Papildus informācijas avoti | |
| 1.*INOVĀCIJAS LABORATORIJAS ROKASGRĀMATA (2021).* https://inovacija.mk.gov.lv/wp-content/uploads/2021/04/Inovacijas-laboratorijas-rokasgramata-.pdf  2. Filipss, D., Jangs, F. (2010). Praktisks ceļvedis kā izveidot tiešsaistes stratēģiju sociālo plašsaziņas līdzekļu pasaulē. Rīga.  3. Hadley, S. (2021). Audience Development and Cultural Policy. Palgrave Macmillan. ISBN 9783030629724  4. Hofstede, G., Hofstede, G.J., Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind*.* Third Edition. McGraw Hill Professional.  5. Lehtonens, J., Siliņa, R., Ābelniece, B. (2011). Riska un krīzes komunikācija. Rīga: Turība Biznesa Augstskola SIA.  6. Mkwananzi, F., & Cin, F.M., eds. (2022). Post-Conflict Participatory Arts: Socially Engaged Development. Routledge. ISBN 9780367638634  7. Kavanagh, A.M., Waldron, F., & Mallon, B. (2021). Teaching for Social Justice and Sustainable Development Across the Primary. Curriculum. Routledge. ISBN 9780367434151  *8. KOMUNIKĀCIJAS UN DIZAINA ROKASGRĀMATA (2018).* https://www.iem.gov.lv/sites/iem/files/data\_content/eea\_communicationanddesignmanual\_lv.pdf  9*. Sabiedrības informēšana un komunikācija kā stratēģisks politikas instruments.* http://petijumi.mk.gov.lv/sites/default/files/file/rokasgramata.pdf  10. Rokasgrāmata „Starpkultūru komunikācija”. Sabiedrības integrācijas fonds. 2010.  11. Praude V., Šalkovska, J. (2005). Mārketinga komunikācijas. 1.sējums. Rīga: Vaidelote.  12. Praude V., Šalkovska, J. (2006). Mārketinga komunikācijas. 2.sējums. Rīga: Vaidelote. | |
| Periodika un citi informācijas avoti | |
| *1. KOMUNIKĀCIJA VEIDO REPUTĀCIJU.* https://news.lv/Latvijas-Pasvaldibu-savienibas-izdevums-zurnals-Logs/2017/08/17/komunikacija-veido-reputaciju  *2. ŽURNĀLA TĒMA – MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJA.* https://biznesapsihologija.lv/wp-content/uploads/2018/09/BP22.pdf  3. Komunikācijas zinātne. https://enciklopedija.lv/skirklis/1104 *4. Blogs – uzņēmuma palīgs komunikācijā ar tā mērķauditoriju.* https://www.skc.lv/lv/padomi/blogs-uznemuma-paligs-komunikacija-ar-ta-merkauditoriju  *5. Iekšējā komunikācija uzņēmumā.*  https://raktuves.lv/biznesa-klientiem/komunikacija-uznemuma/  *6. Raksti un metodes komunikācijā.* https://www.metodes.lv/raksti/komunikacija  *7. Improvizācija veiksmīgai komunikācijai.* https://www.runasramis.lv/  *8. Vizuālās komunikācijas prasmes: 2023. gada pilnīga rokasgrāmata.* https://worldscholarshub.com/lv/visual-communication-skills/ | |
| Piezīmes | |
| Studiju kurss tiek docēts PMSP Māksla.  Kurss tiek docēts latviešu valodā. | |