

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра маркетинга

Богомолова Ольга Юрьевна

**КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В МУНИЦИПАЛЬНОМ БЮДЖЕТНОМ
УЧРЕЖДЕНИИ «ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР КУЛЬТУРЫ»**

**Выпускная квалификационная работа
студента 5 курса заочной формы обучения**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) Маркетинг

Целью написания выпускной квалификационной работы является совершенствование коммуникационной деятельности муниципального бюджетного учреждения.

Для достижения представленной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть сущность и роль коммуникаций и коммуникационной деятельности;**
- рассмотреть основные виды коммуникаций и коммуникационной деятельности;**
- выделить особенности реализации коммуникационной деятельности в учреждении;**
- сформировать общую характеристику деятельности МБУ «Информационно-методический центр культуры»;**
- проанализировать коммуникационную деятельность МБУ «Информационно-методический центр культуры»;**
- оценить проблемы и недостатки реализации коммуникационной деятельности МБУ «Информационно-методический центр культуры»;**
- разработать мероприятия по совершенствованию коммуникационной деятельности МБУ «Информационно-методический центр культуры»;**
- составить оценку эффективности совершенствования коммуникационной деятельности.**

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является коммуникационная деятельность.

Объектом исследования является МБУ «Информационно-методический центр культуры».

Новизна исследования заключается в том, что в работе проведено обобщение актуального и востребованного рекламного и маркетингового инструментария, применяемого в процессе рекламной коммуникации с целью продвижения учреждений и продуктов сферы культуры.

Сущность и роль коммуникаций и коммуникационной деятельности

Понятие «коммуникационная деятельность» признается достаточно многогранным понятием.

Как правило, под коммуникационной деятельностью понимается комплекс конкретных действий, нацеленных на формирование и размещение рекламных и других видов сообщений и рекламных мероприятий для осуществления поддержки положительного имиджа, высокого уровня деловой репутации и привлечения клиентов. В то же время отмечается наличие тесной связи коммуникационной деятельности с торговой и деловой политикой предприятия, а также рекламной стратегией и тактикой.

Понятие «коммуникация» определяется различными исследователями по-разному. В результате исследования определения имеется возможность формирования собственного определения понятия «коммуникация». Так, под коммуникацией понимается процесс обмена определенной информацией между людьми, при котором сообщения или сигналы передаются за счет использования определенного способа с соблюдением правил независимо от достижения или недостижения результатов. В то же время понятие «коммуникация» признается многоаспектным понятием, что свидетельствует о возможности выделения таких аспектов, как: универсальный, технический, биологический, социальный.

Важность коммуникаций в управленческой деятельности

```
graph TD; A[Важность коммуникаций в управленческой деятельности] --> B[Амбивалентность (противоположность) природы коммуникации - источник и носитель информации]; A --> C[Получение и ретрансляция информации участниками коммуникаций за счет общения как во внутренней, так и во внешней среде]; A --> D[Коммуникация признается инструментом реализации стратегического плана организации];
```

Амбивалентность
(противоположность) природы
коммуникации - источник и
носитель информации

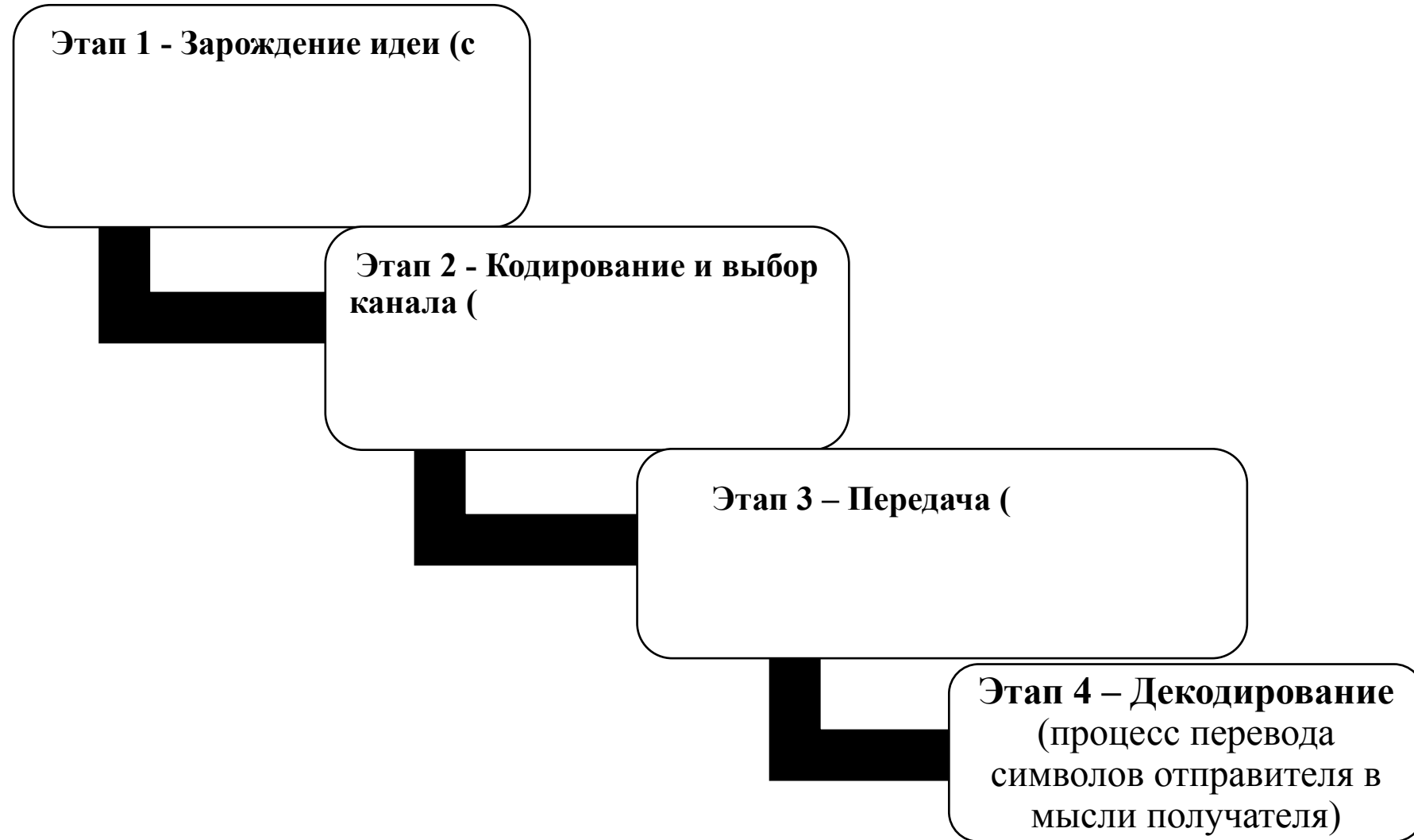
Получение и ретрансляция
информации участниками
коммуникаций за счет общения
как во внутренней, так и во
внешней среде

Коммуникация признается
инструментом реализации
стратегического плана
организации

Основные элементы коммуникационного процесса



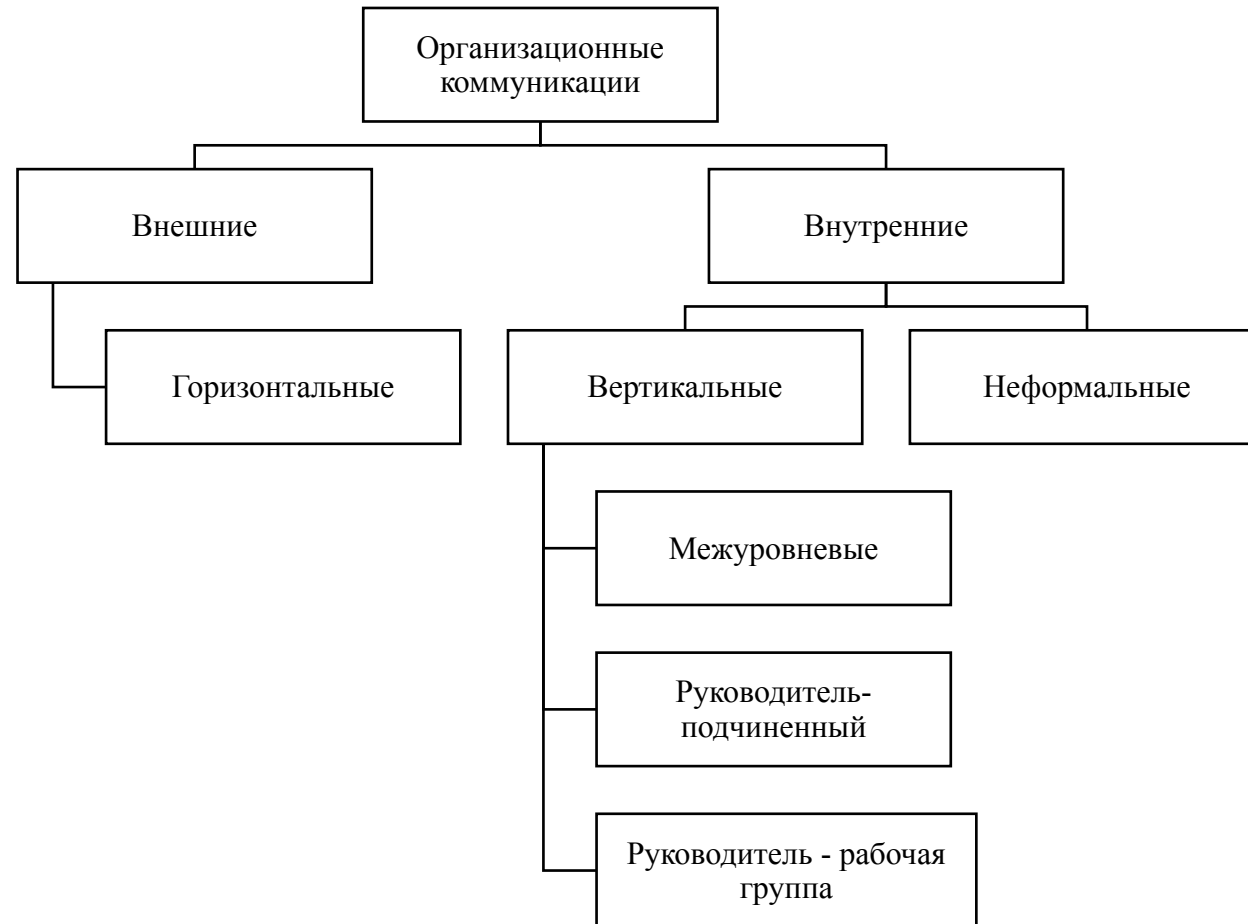
**Помимо выделения базовых элементов коммуникационного процесса
необходимо акцентировать внимание на последовательность и
основные этапы этого процесса**



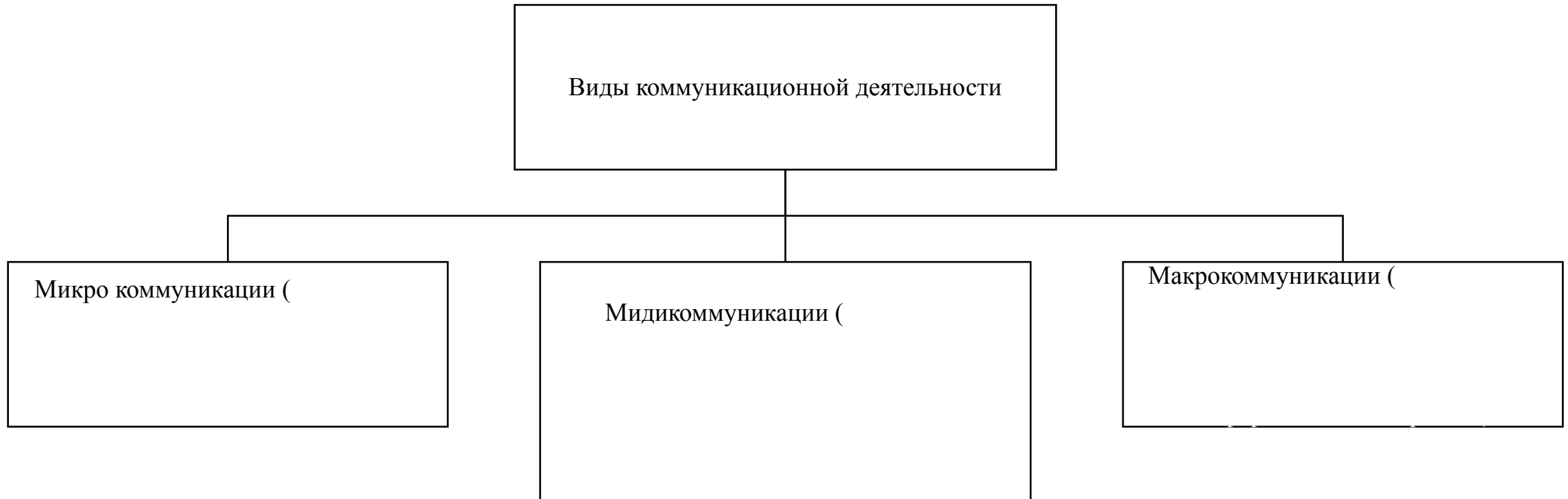
Виды коммуникаций: виды и средства коммуникаций могут быть разделены на такие категории, как устная, письменная и визуальная.



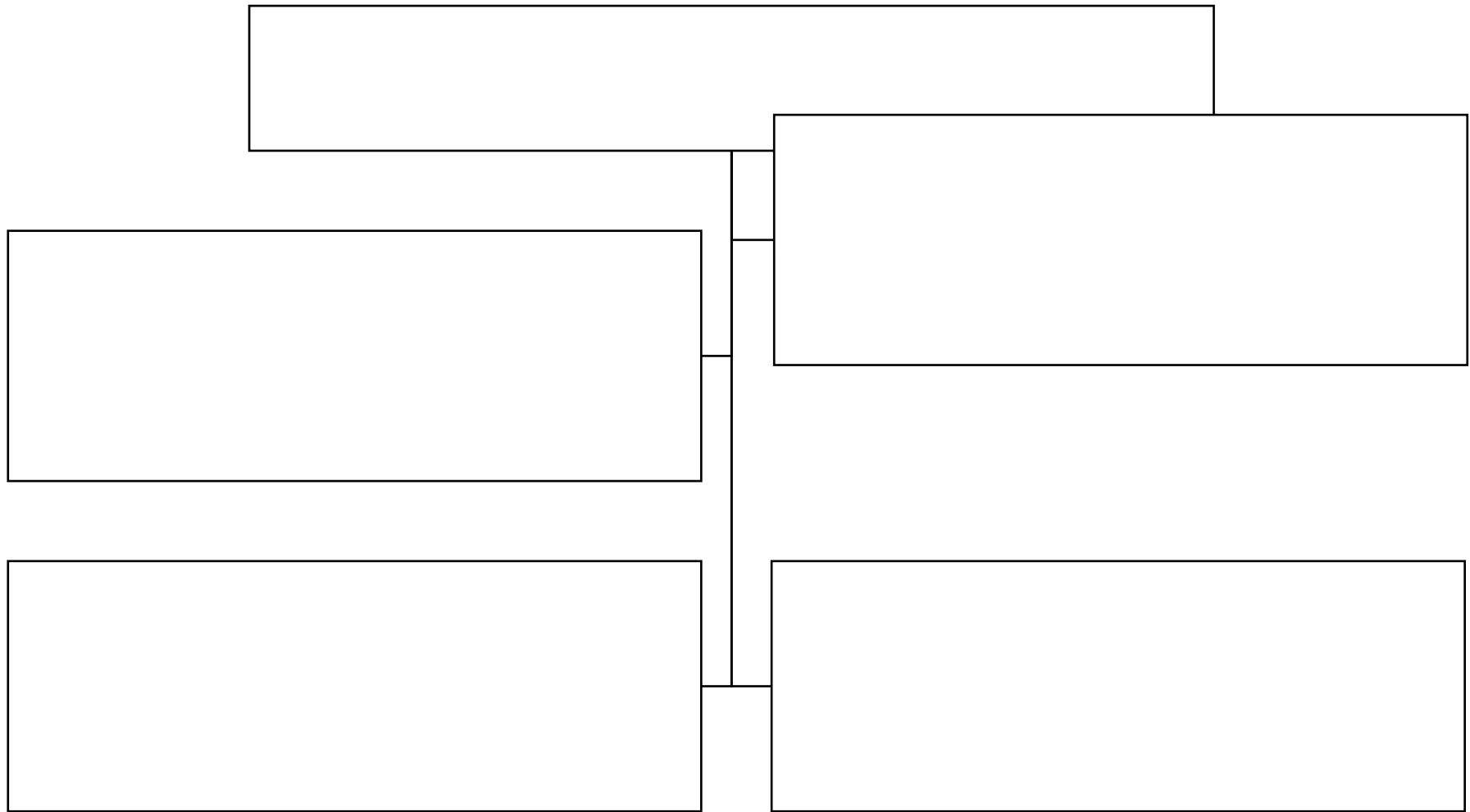
Коммуникации в организации



**Помимо выделения основных видов коммуникаций
требуется акцентировать внимание на выделение
коммуникационной деятельности**



Особенности коммуникационной деятельности в учреждении культуры и досуга

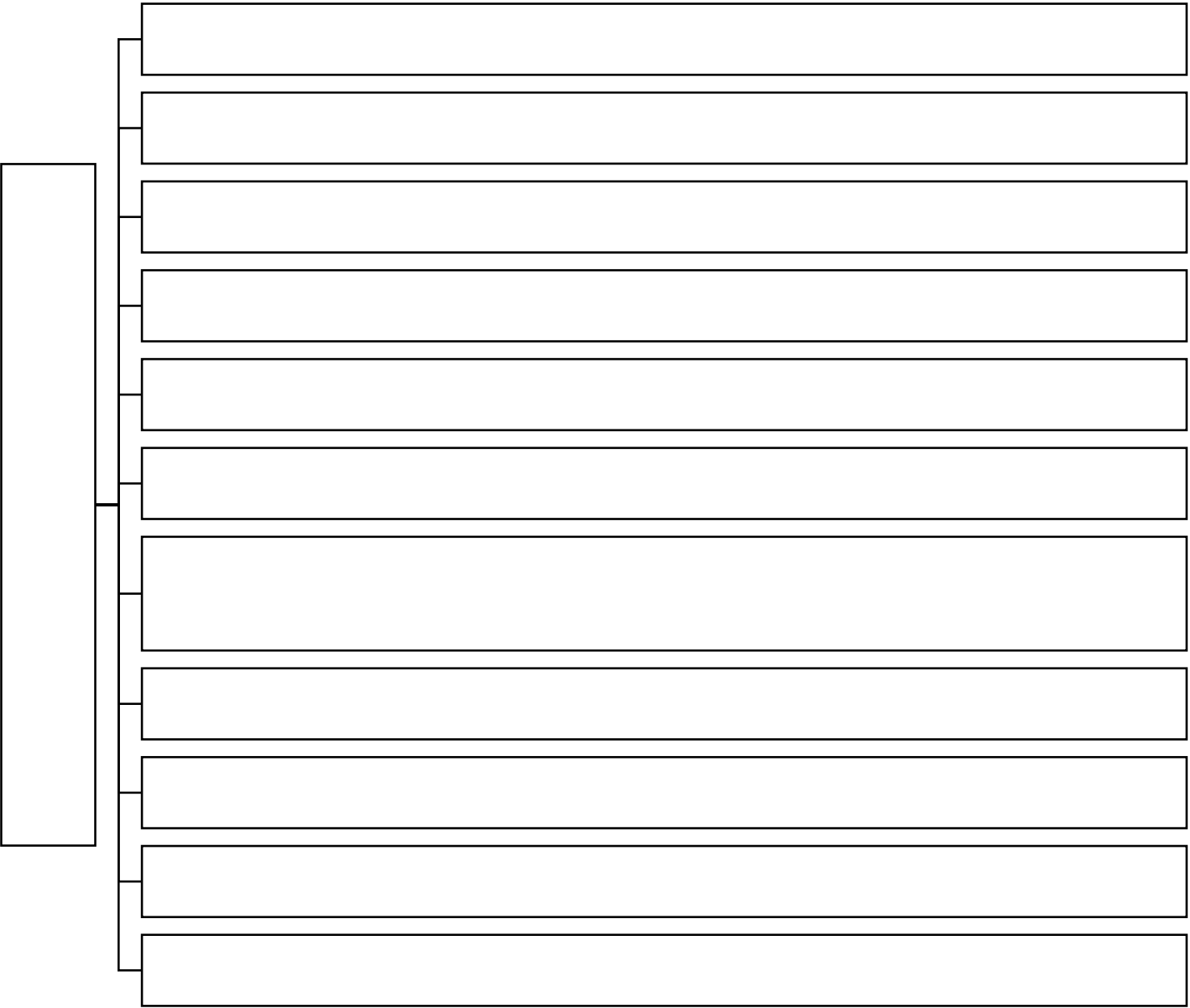


При реализации коммуникаций в культурно-досуговой деятельности
требуется использование соответствующих подходов

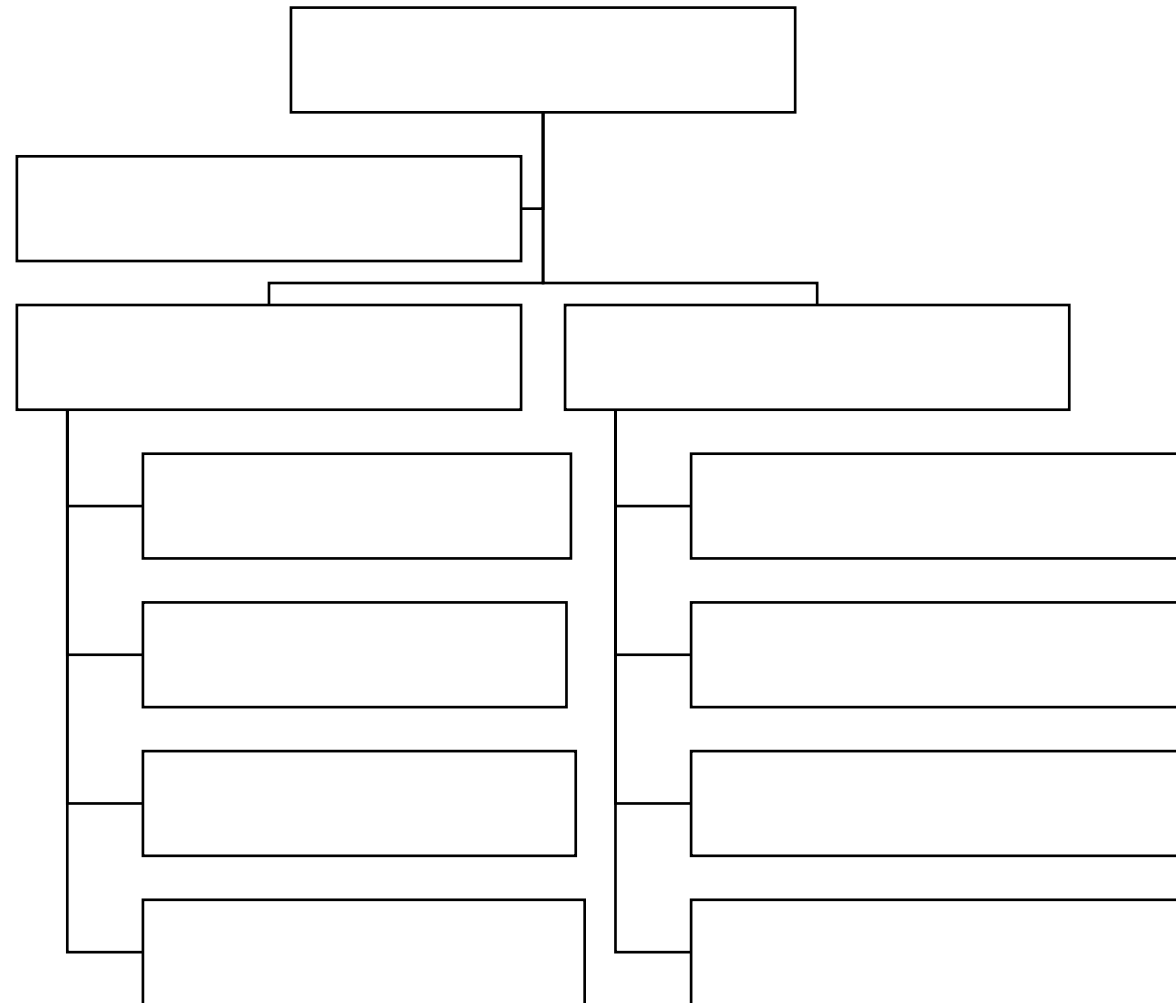
Характеристика деятельности в МБУ «ИМЦК»

МБУ «ИМЦК» имеет статус юридического лица, характеризуется наличием обособленного имущества, самостоятельного баланса, лицевых счетов, печать с собственным наименованием, штампов, бланков и других средств индивидуализации. Основным учредителем учреждения признается муниципальное образование Дмитровский городской округ Московской области, представленное в лице Администрации Дмитровского городского округа Московской области.

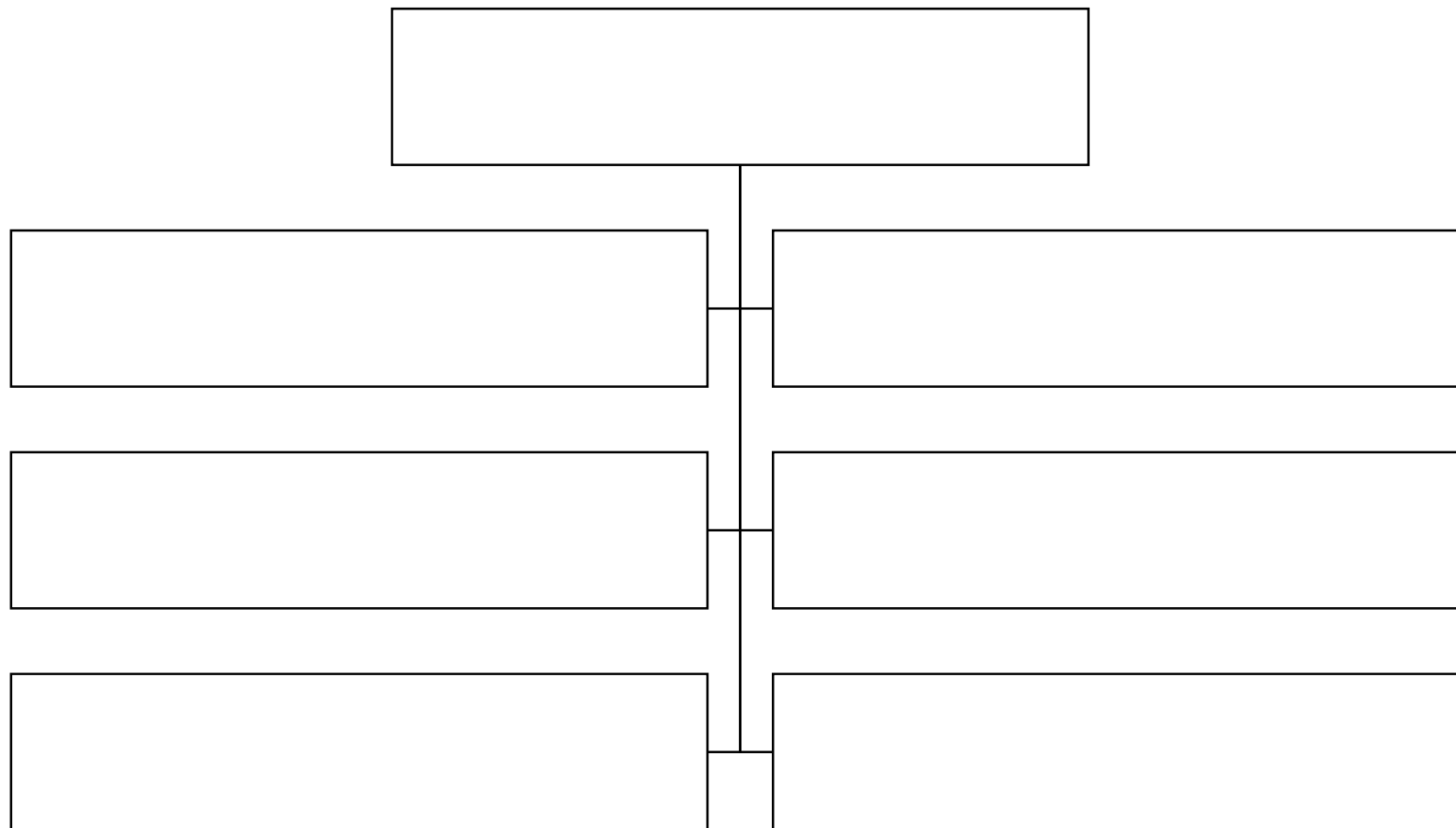
В состав основных целей деятельности учреждения относятся такие, как: оказание содействия повышению качества муниципальных услуг по обеспечению сохранности и развитию народной культуры и любительского искусства, организация досуга и развитие самодеятельного творчества населения на территории Дмитровского городского округа.



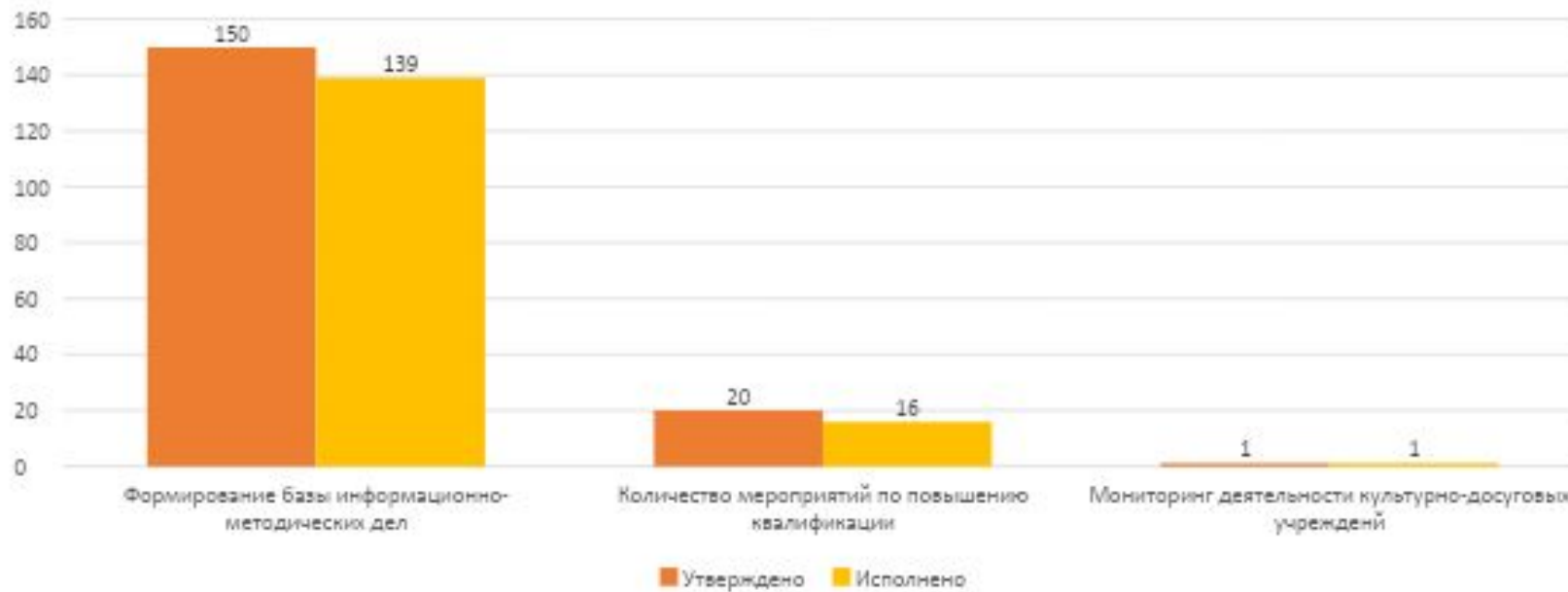
Успешное функционирование деятельности МБУ «ИМЦК» обеспечивается благодаря деятельности структуры управления. Управленческий процесс в учреждении организован в полном соответствии с нормами федеральных законов и других нормативно-правовых актов



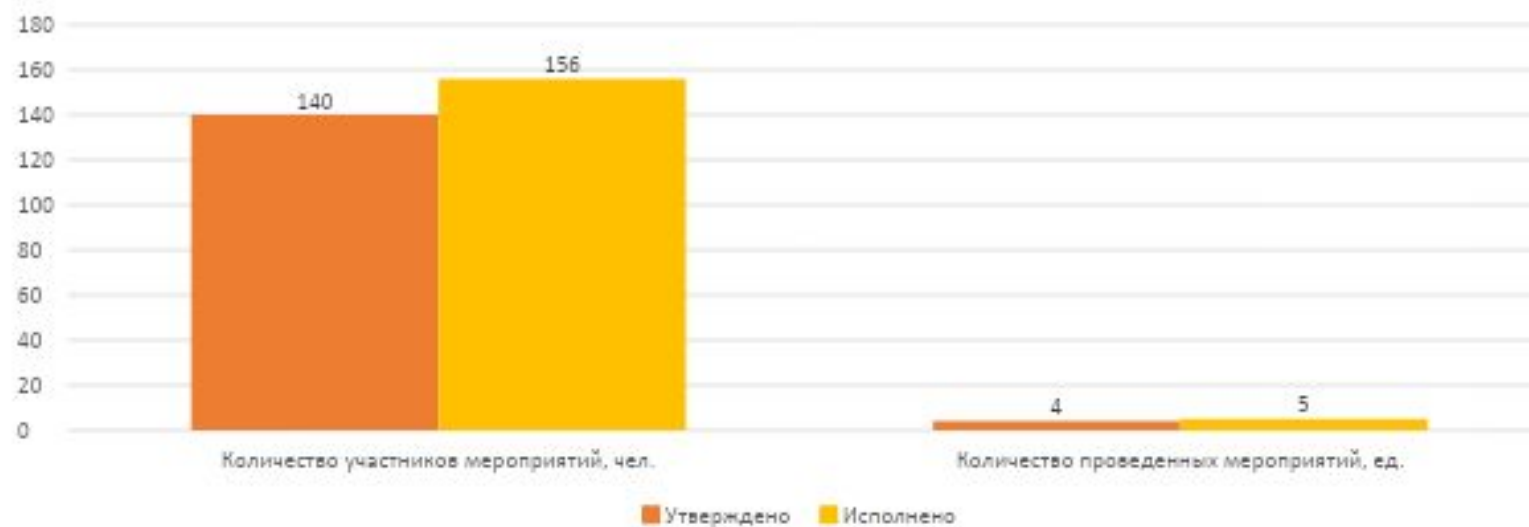
Деятельность МБУ «ИМЦК» предполагает регулирование деятельности следующих учреждений культуры.



Для более полной характеристики деятельности МБУ «ИМЦК» требуется проанализировать результаты выполнения плана финансово-хозяйственной деятельности по итогам 2019 года. Представим выполнение показателей, характеризующих качество муниципальной услуг в МБУ «ИМЦК» по итогам 2019 года. Данные, свидетельствуют о том, что за рассматриваемый период в МБУ «ИМЦК» фактическое исполнение муниципальной услуги ниже утвержденного показателя. В частности, имеются следующие расхождения по показателям: формирование базы информационно-методических дел – 150 ед. по плану против 139 ед. по факту; количество мероприятий по повышению квалификации – 20 ед. по плану против 16 ед. по факту. В то же время план по мониторингу деятельности культурно-досуговых учреждений был выполнен в полном объеме.

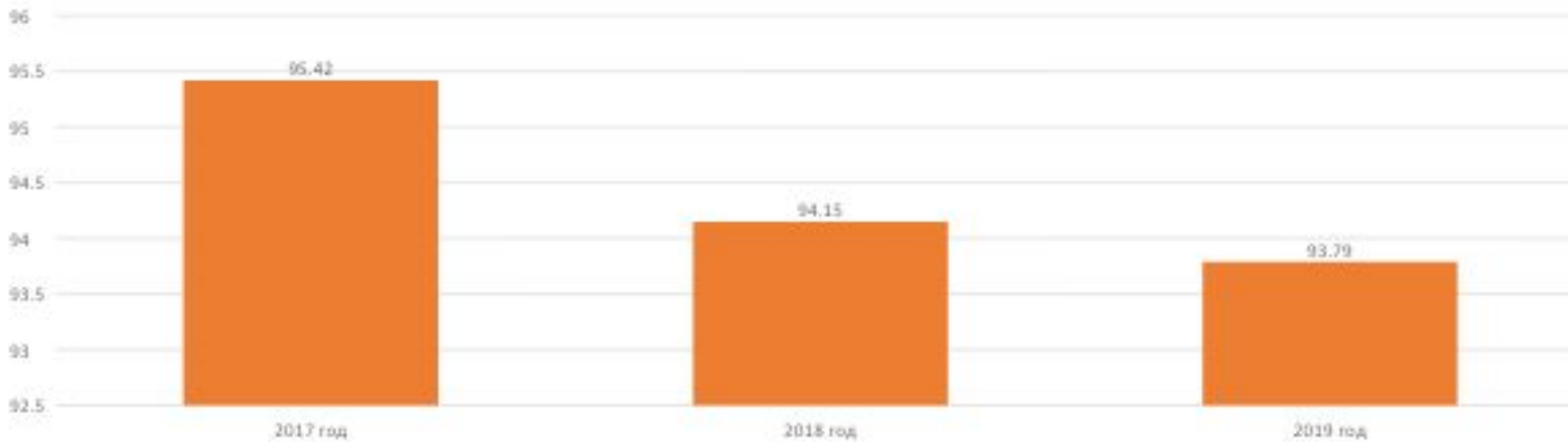


Помимо оценки достижения показателей, характеризующих качество муниципальной услуги необходимо рассмотреть показатели, характеризующие количество муниципальной услуги



Результаты предоставления муниципальной услуги в МБУ «ИМЦК», свидетельствуют о том, что в учреждении муниципальные услуги были предоставлены в полном объеме. В то же время исполненные показатели превышают утвержденные показатели. Количество участников мероприятий по плану составляет 140 чел., фактическое число участников составило 156 чел. В соответствии с утвержденными значениями количество проведенных мероприятий должно было составлять 4 ед., фактическое значение составило 5 ед.

Определяющим положением при предоставлении услуг МБУ «ИМЦК» выступает оценка качества услуг. В настоящее время на официальном сайте учреждения представлен опросник «Оценка качества услуг МБУ «ИМЦК» (приложение 1). Представим динамику рейтинга учреждения (рис. 7).



В соответствии с данными, представленными на рисунке 7, отмечается, что за рассматриваемый период наблюдается снижение рейтинга учреждения – с 95,42 балла в 2017 г. до 93,79 балла в 2019 г. Такое положение, безусловно, признается отрицательной тенденцией в деятельности учреждения.

В качестве одного из средств реализации коммуникационной деятельности в МБУ «ИМЦК» выступает официальный сайт учреждения.

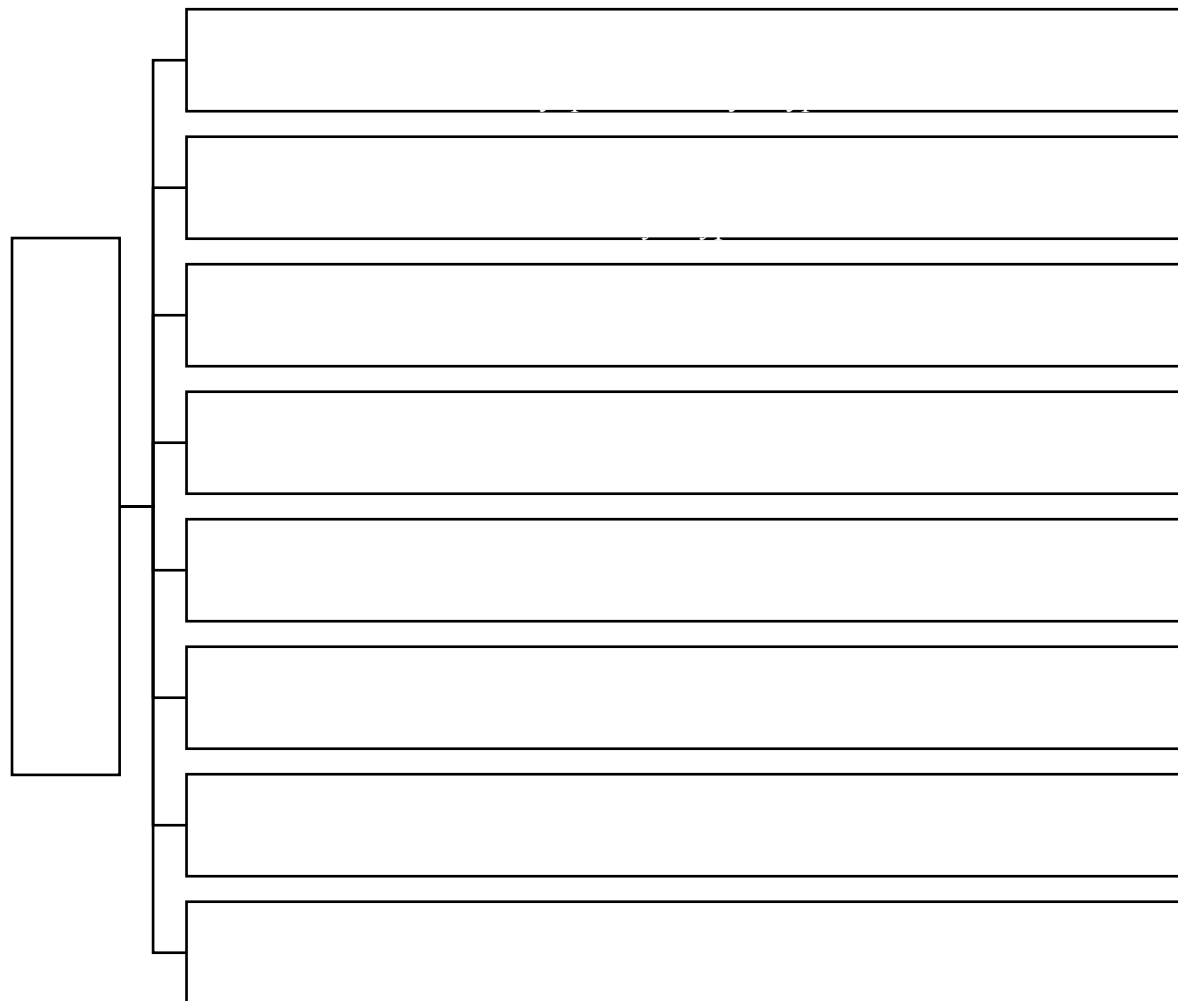
Официальный сайт МБУ «ИМЦК» включает в себя такие категории, как:

- информация об ИМЦК;
- библиотека профессионалов;
- руководители КДУ;
- повышение квалификации;
- фестивали и конкурсы;
- независимая оценка;
- муниципальные услуги;
- контакты.

Помимо представленной информации учреждение имеет страницы в социальных сетях: Инстаграм (общее количество публикаций составляет 310, общее количество подписчиков составляет 335 чел.) ВКонтакте (количество участников страницы МБУ «ИМЦК» во ВКонтакте составляет 61 человек. При этом на странице опубликовано 164 фотографии, 7 видеозаписей и 1 аудиозапись) , Фейсбук.

Присутствие учреждения в социальных сетях является положительным моментом, однако количество подписчиков в социальных сетях небольшое. Кроме того, в учреждении отсутствует отдельный специалист, который занимается ведением социальных сетей и публикацией информации о деятельности учреждения. Такое положение свидетельствует о том, что в учреждении требуется реализация мероприятий по совершенствованию работы с социальными сетями и официальным сайтом учреждения.

В МБУ «ИМЦК» особое внимание уделяется проведению различных конкурсов и фестивалей. Представим конкурсы и фестивали, которые были организованы в учреждении.



Оценка проблем и недостатков реализации коммуникационной деятельности

МБУ «Информационно-методический центр культуры»

Деятельность МБУ «Информационно-методический центр культуры» направлена на организацию и проведение разнообразных видов информационных мероприятий, фестивалей, форумов, конференций. Кроме того, в обязанность учреждения включается организация мероприятий, связанных с повышением квалификационного уровня. Также учреждение занимается оказанием методической, консультативной и практической помощи в сфере организация досуга и развития самодеятельного народного творчества. Следующим направлением деятельности признается осуществление сбора, обработки, анализа информации о функции учреждений культуры Дмитровского городского округа. Соответственно, наблюдается зависимость организации работы центра от точности, качества и своевременности подаваемой информации.

По итогам оценки реализации коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» было установлено, что в учреждении имеются определенные недостатки коммуникационной деятельности. Для оценки проблем и недостатков реализации коммуникационной деятельности учреждения необходимо провести SWOT-анализ. Результатом проведения SWOT-анализ станет выявление сильных и слабых сторон учреждения, угроз и возможностей.

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Проведение разнообразных фестивалей и конкурсов;</p> <p>Наличие официального сайта, на котором публикуется информация о деятельности учреждения;</p> <p>Наличие публикаций на официальном сайте и на страницах в социальных сетях информации о мероприятиях</p>	<p>Отсутствие отдельного сотрудника, занятого коммуникационной деятельностью;</p> <p>Низкий уровень оформления страниц в социальных сетях;</p> <p>Отсутствие обратной связи;</p> <p>Снижение качества услуг</p>
Возможности	Угрозы
<p>Дальнейшее развитие коммуникационной деятельности учреждения;</p> <p>Внедрение в штат отдельного сотрудника, который будет заниматься PR-деятельностью;</p> <p>Организация действенной обратной связи;</p> <p>Дальнейшее развитие коммуникационной деятельности;</p> <p>Формирование страницы в twitter, где будут публиковаться данные о проводимых мероприятиях</p>	<p>Снижение качества услуг учреждения;</p> <p>Жалобы со стороны пользователей услуг учреждения;</p> <p>Снижение эффективности коммуникационной деятельности</p>

В соответствии с данными, отмечается, что результаты SWOT-анализа коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» свидетельствуют о наличии как сильных, так и слабых сторон, а также соответствующих возможностей и угроз дальнейшей деятельности. При этом особое внимание необходимо акцентировать на использование сильных сторон и возможностей дальнейшего развития.

Так, сильными сторонами реализации коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» являются такие моменты, как:

- реализация разнообразных видов фестивалей и конкурсов;
- наличие официального сайта учреждения;
- наличие официальных страниц учреждения в наиболее популярных социальных сетях;
- осуществление публикаций о деятельности учреждения и проводимых мероприятиях как на официальном сайте, а также на страницах в социальных сетях.

В состав возможностей дальнейшего развития МБУ «ИМЦК» относятся такие, как:

- возможность дальнейшего развития коммуникационной деятельности учреждения;

- внедрение в штат отдельного сотрудника, в обязанность которого включается реализация PR-деятельности;
- организация эффективной и действенной обратной связи;
- возможности по дальнейшему развитию коммуникационной деятельности;
- оформление страницы в Twitter, где имеется возможность ежедневной публикации о реализуемых мероприятиях.

Помимо сильных сторон и возможностей дальнейшего развития коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» требуется акцентировать внимание на слабые стороны и угрозы. В состав слабых сторон коммуникационной деятельности учреждения включаются такие, как:

- отсутствие в учреждении отдельного сотрудника, который занимается коммуникационной деятельностью;
- оформление страниц учреждения в социальных сетях является слабым, количество подписчиков также находится на очень низком уровне;
- отсутствие обратной связи.

Угрозами коммуникационной деятельности учреждения являются такие, как:

- уменьшение качественных показателей оказания услуг учреждения;
- наличие жалоб со стороны пользователей услуг учреждения;
- снижение эффективности коммуникационной деятельности.

Наличие представленных проблем и недостатков коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» является отрицательным моментом. При этом особое внимание необходимо акцентировать на использовании сильных сторон и возможностей дальнейшего совершенствования коммуникационной деятельности. Также существенным моментом признается устранение слабых стороны и угрозы реализации коммуникационной деятельности. Совершенствование коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» предполагает необходимость реализации конкретных мероприятий. Первоочередным мероприятием выступает внедрение в штат отдельного сотрудника, который будет заниматься ведением страниц в социальных сетях, публикацией актуальной и последней информации о деятельности учреждения.

Рассмотрим из чего складывается

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МБУ «ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР КУЛЬТУРЫ»

Для этого требуется

Разработать мероприятия по совершенствованию коммуникационной деятельности в МБУ «Информационно-методический центр культуры»

По итогам исследования коммуникационной деятельности МБУ «Информационно-методический центр культуры» были выявлены как положительные, так и отрицательные стороны функционирования. Существенное положение в данном случае требуется акцентировать на совершенствовании коммуникационной деятельности. Соответственно, необходимо представить более наглядно выявленные недостатки функционирования деятельности МБУ «Информационно-методический центр культуры»

Недостатки коммуникационной деятельности учреждения

Отсутствие отдельного работника, занимающегося коммуникационной деятельностью

Слабое оформление страниц учреждения в социальных сетях, небольшое количество подписчиков

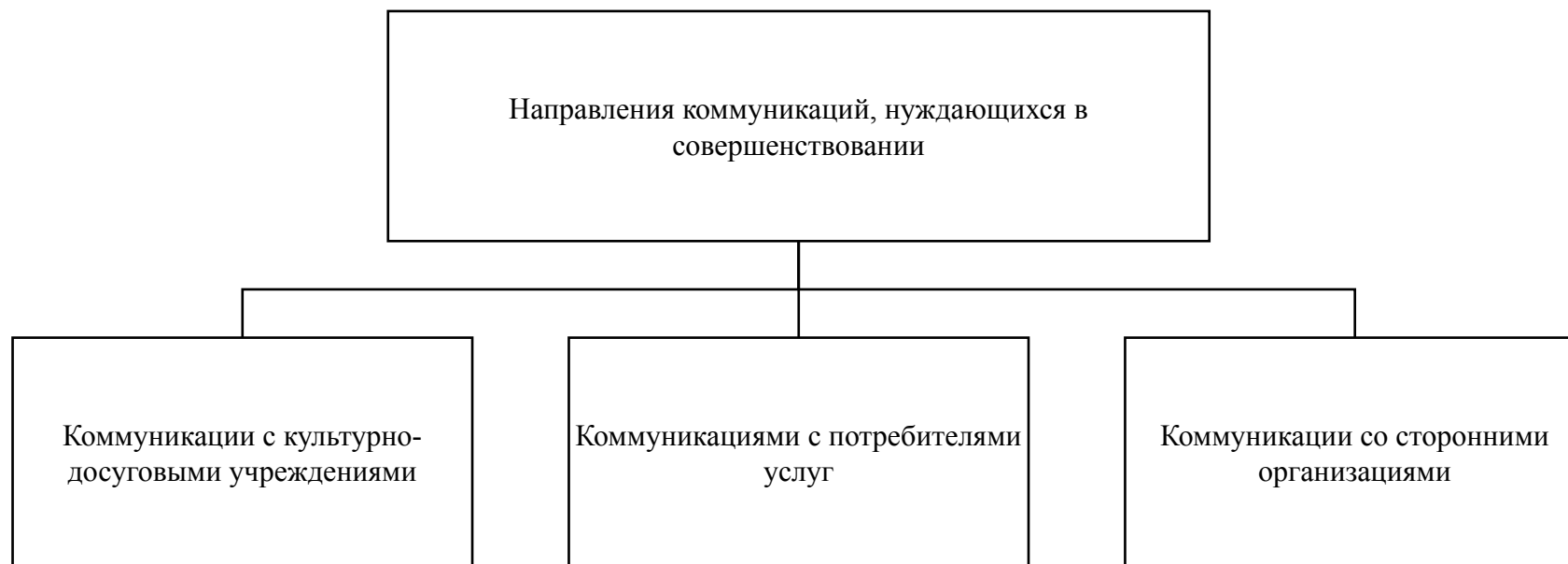
Отсутствие обратной связи

Снижение качества работы учреждений культуры

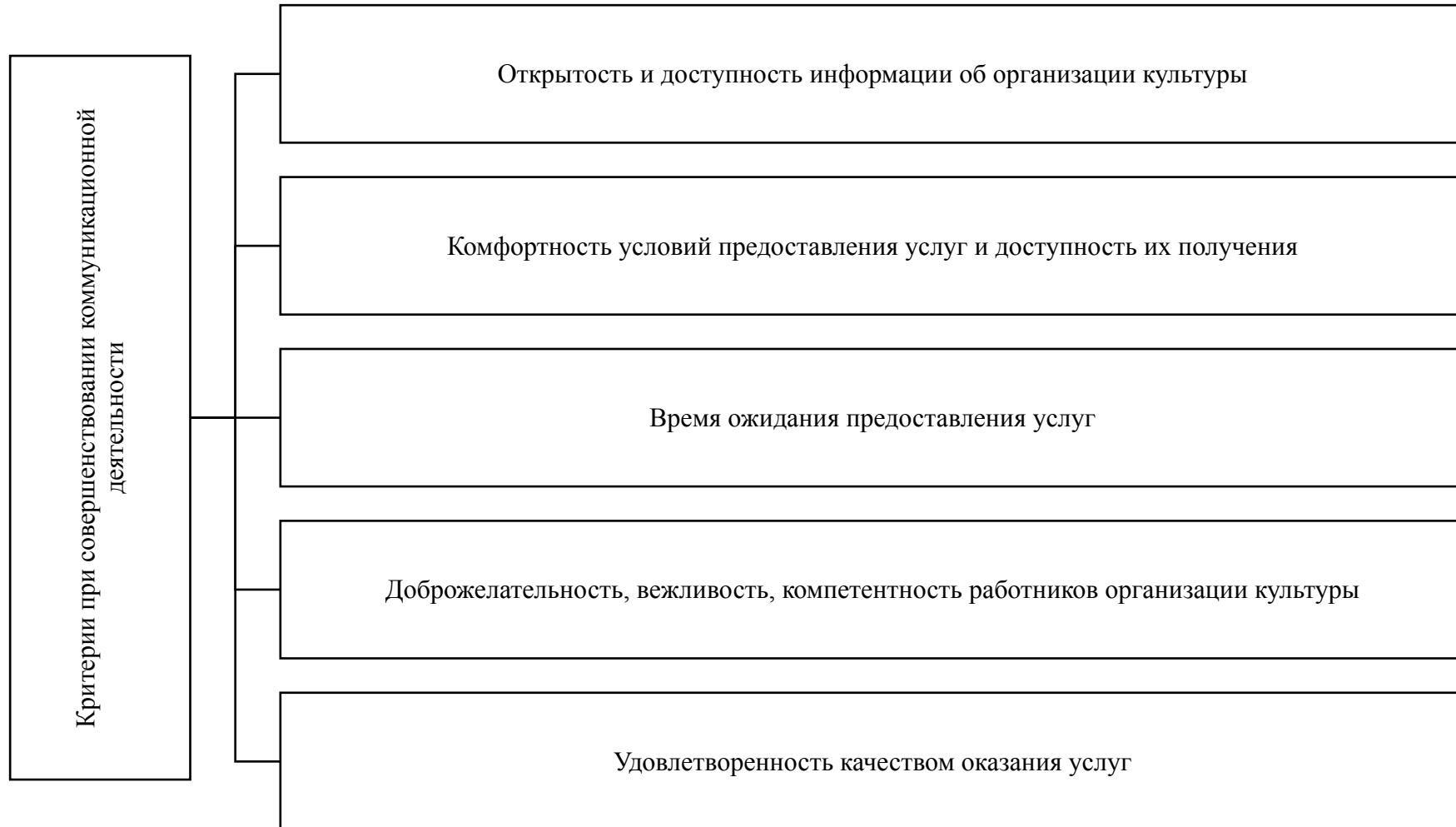
Снижение уровня удовлетворенности работой руководителей клубных формирований

Снижение числа населения, участвующего в любительских кружках учреждений культуры

Наличие представленных недостатков признается отрицательным моментом и свидетельствует о необходимости реализации мероприятий по совершенствованию коммуникационной деятельности, требуется акцентировать внимание на совершенствование коммуникаций в различных направлениях



Требуется представить основные критерии, используемые при совершенствовании коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК»



Непосредственными мероприятиями по устранению выявленных недостатков в соответствии с критерием «Открытость и доступность информации об организации культуры» требуется реализация конкретных действий:

Наименование мероприятия	Ответственный исполнитель
<p>Установление ответственных лиц, занимающихся ведением официального сайта учреждения в сети Интернет.</p> <p>Разработка и внедрение документа «Регламент предоставления информации для размещения на сайте МБУ «ИМЦК»</p>	<p>Заведующий информационно-аналитическим отделом, ведущий методист</p>
<p>Обеспечение наполненности официального сайта в информационно-коммуникационной сети Интернет требуемыми сведениями в соответствии с Приказом Министерства культуры РФ и других правовых актов Московской области. Разработка и внедрение Положения об официальном сайте МБУ «ИМЦК»</p>	<p>Заведующий информационно-аналитическим отделом, ведущий методист</p>
<p>Реализация анализа применяемых форм и методов информирования населения о предстоящих мероприятиях учреждения, в том числе анализ количества посещений на основании паспортов массовых мероприятий</p>	<p>Заведующий информационно-аналитическим отделом, ведущий методист</p>
<p>Осуществление корректировок в информационно-рекламной деятельности учреждения культуры и расширение применения инструментов SMM-предложения, а именно – ведение социальных сетей в Instagram, Twitter, Вконтакте, Facebook</p>	<p>Заведующий информационно-аналитическим отделом, ведущий методист</p>
<p>Обеспечение контроля качества и актуальности информации, размещенной на официальном сайте учреждения в информационно-коммуникационной сети интернет. При этом предполагается проводить диагностику с помощью инструментов Яндекс Вебмастер и Google для веб-мастеров; реализация автоматических проверок «битых» ссылок; аналитика применения сайта с помощью Google Analitics и Яндекс Метрики.</p>	<p>Заведующий информационно-аналитическим отделом, ведущий методист</p>

Существенное положение в процессе совершенствования коммуникационной деятельности учреждения при взаимодействии с потребителями услуг выступает достижение такой ключевой цели, как улучшение и корректировка положительного имиджа у потребителей культурно-досуговых услуг за счет определенных действий



Результатом реализации действий по совершенствованию коммуникационной деятельности с потребителями культурно-досуговых услуг в МБУ «ИМЦК» выступает формирование и закрепление положительного имиджа учреждения!

Следующим значимым моментом признается устранение недостатков, связанных с повышением уровня удовлетворенности качеством оказания культурно-досуговых услуг



В рамках реализации разработанных мероприятий существенное внимание требуется акцентировать на оценку эффективности мероприятий. В первую очередь, благодаря реализации разработанных мероприятий будет наблюдаться повышение качества муниципальной услуги МБУ «ИМЦК», формирование базы информационно-методических дел повысится на 11,1%; количество мероприятий по повышению квалификации – на 12,5%. Безусловно, повышение качества муниципальной услуги МБУ «ИМЦК» является положительным моментом и свидетельствует об эффективности реализации мероприятий.

Благодаря реализации мероприятий по совершенствованию коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» будет наблюдаться повышение рейтинга качества услуг с 93,79 балла в 2019 г. до 96,2 балла.

Благодаря реализации мероприятий по совершенствованию коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» будет наблюдаться рост уровня участия населения в работе любительских формирований и кружках – с 65% в 2019 г. до 72% в прогнозный период.

Благодаря реализации разработанных мероприятий будет наблюдаться повышение уровня удовлетворенности работой клубных формирований. Результатом реализации мероприятий, нацеленных на совершенствование коммуникационной деятельности МБУ «ИМЦК» будет наблюдаться повышение уровня удовлетворенности работой руководителей культурных учреждений. Так, прогнозируется повышение уровня удовлетворенности до 100%

Таким образом при комплексной реализации разработанных мероприятий будут реализованы действия по совершенствованию различных направлений коммуникационной деятельности – культурно-досуговых учреждений, потребителей услуг и сторонних организаций. Благодаря реализации разработанных мероприятий в МБУ «ИМЦК» будет наблюдаться совершенствование коммуникационной деятельности в целом. При этом отмечается повышение такие показателей, как: качества муниципальной услуги, повышение рейтинга качества услуг, доли участия населения в работе любительских формирований и кружках учреждений культуры, повышение уровня удовлетворенности работой руководителей культурных учреждений.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра маркетинга

Богомолова Ольга Юрьевна

**КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В МУНИЦИПАЛЬНОМ БЮДЖЕТНОМ
УЧРЕЖДЕНИИ «ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР КУЛЬТУРЫ»**

**Выпускная квалификационная работа
студента 5 курса заочной формы обучения**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) Маркетинг