



Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

### Цели курса:

- изучение студентами основных подходов и теории коммуникаций, ключевых проблем теории организационных коммуникаций;
- формирование представления о внутренних коммуникациях как системе, ее субъектах, целях и задачах;
- выработка базовых навыков деятельности в сфере управления внутренними коммуникациями организации

### Задачи курса:

- понимание сущности и основных функций внутрифирменных коммуникаций в системе менеджмента компании;
- анализ основных проблем в сфере управления внутренними коммуникациями;
- применение полученных теоретических знаний для решения конкретных управленческих задач;
- выработка навыков работы с различными видами внутрифирменных коммуникаций, каналами и инструментами.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

*(указывается цикл (блок), к которому относится дисциплина (базовая или вариативная часть); формулируются требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения; определяются дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей)*

Дисциплина «Внутрифирменные коммуникации» Б1.В.ДВ.3.1..является составляющей профессионального цикла вариативной части подготовки бакалавров. Изучается в 9 семестре.


### **Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения.**

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания основ рекламного процесса, принципов управления рекламной деятельностью и взаимодействия субъектов рынка (предшествующие дисциплины Введение в теорию и практику рекламы Введение в теорию и практику связей с общественностью, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, PR в сфере культуры, Креативные технологии в рекламе, Искусство, Основы интегрированных коммуникаций, Современная пресс-служба, Планирование антикризисных коммуникаций, Организация рекламных и PR-мероприятий, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Управление общественным мнением, Внутрифирменные коммуникации). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть коммуникативных процессов в системе управления организацией как специфического вида управленческой деятельности, выделить внутрифирменные коммуникации как особый вид коммуникаций.

### **Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

Полученные компетенции являются основой изучения дисциплин Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов. Так же для преддипломной практики и ГИА.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

(перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине (модулю)) в соответствии с ФГОС ВО;

### Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации


№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-1	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Подходы и принципы управления организации коммуникационной инфраструктуры компании Основные технологии и инструменты проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	Адаптировать профессиональный функционал специалиста по рекламе и PR в соответствии со спецификой деятельности компании Планировать и реализовывать внутренние и внешние коммуникационные мероприятия, выбирать средства коммуникаций	Навыками проведения внутренних и внешних коммуникационных мероприятий по повышению имиджа, защите репутации, развитию корпоративной культуры компании

## 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2 зет \_\_\_\_\_

4.2. по видам учебной работы (в часах)


Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
1	2	9
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8
Аудиторные занятия:		
Лекции	4	4
практические и семинарские занятия	4	4
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	60	60

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		Контрольные работы, проект
Форма текущего контроля самостоятельной работы		
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет
Всего часов по дисциплине	68	68

**4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:** Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
1. Внутрифирменные коммуникации в системе управления компании	12	2				10	
2. Коммуникационный менеджмент	12		2			10	
3. Корпоративная культура	12	2				10	Контрольная работа №1
4. Внутренний ПР	10					10	
5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе трансляции корпоративной культуры.	12		2			10	Проектное задание
6. Обратная связь с сотрудниками и	12					10	Контрольная работа №2

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

коммуникацион ный аудит							
Итого	68	4	4			60	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Тема 1. Внутрифирменные коммуникации в системе управления компании.

Понятие внутрифирменных коммуникаций. Роль и место внутрифирменных коммуникаций в системе менеджмента современной компании. Коммуникация как функция управления компанией. Цели и задачи управления внутренними коммуникациями в государственных и коммерческих организациях. Содержание внутрифирменных коммуникаций. Функции коммуникаций в организации. Система внутрифирменных коммуникаций. Элементы системы: каналы, методы, средства, барьеры. Аспекты внутренних коммуникаций: идеологический и функциональный. Коммуникационная структура организации, виды внутрифирменных коммуникаций. Инструменты и каналы внутренних коммуникаций.

### Тема 2. Коммуникационный менеджмент

Коммуникационный менеджмент: понятие, предмет, задачи. Объекты и субъекты коммуникационного менеджмента. Понятие «информационные ресурсы компании», источники, организация сбора и анализа. Имидж компании, репутация и бренд как целевые понятия коммуникационного менеджмента. Корпоративный имидж: понятие, структура. Внутренний имидж компании: понятие, элементы формирования. Внешний имидж компании: понятие, элементы формирования. Имидж первых лиц компании: стратегия и технологии позиционирования руководства. Бренд компании с точки зрения HR-менеджмента. Создание привлекательного имиджа работодателя. Формирование внутреннего корпоративного бренда. Способы трансляции ценностей корпоративного бренда сотрудникам. Роль PR-менеджера в формировании позитивного внутреннего имиджа и бренда компании. Репутационный менеджмент: понятие, структура, задачи. Внутренняя репутация компании. Формирование и поддержание внутренней репутации компании во внутрифирменных коммуникациях. Угрозы внутренней репутации. Методы противодействия внутренним репутационным угрозам.

Управление внутрифирменными коммуникациями. Формирование стратегии и целей развития внутренних коммуникаций в организации. Внутрифирменные коммуникационные стратегии и программы: цели, методы, результаты. Типичные ошибки в реализации внутренних коммуникационных стратегий и программ. Развитие и совершенствование системы внутрифирменных коммуникаций. Управление системой внутрифирменных коммуникаций: процедуры и регламенты.

### Тема 3. Корпоративная культура.

Значение корпоративной культуры в системе современного менеджмента. История понятия и основные подходы к определению «корпоративная культура». Организационная и корпоративная культура: соотношение понятий. Функции корпоративной культуры. Корпоративные ценности как ядро культуры. Три формы существования корпоративных ценностей. Теории культуры организации Г.Хофштеда: измерения культуры. Теория культуры организации Э.Шейна: уровни культуры, условия формирования и признаки сильной культуры. Типологии культуры организации. Роль внутрифирменных коммуникаций в программе формирования корпоративной культуры. Этапы формирования и трансляции корпоративной культуры компании. Диагностика вида и уровня развития

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

корпоративной культуры. Разработка программы развития корпоративной культуры. Декларирование целей и ценностей. Разработка стандартов поведения и деятельности. Трансляция ценностей и норм. Управление процессом изменения корпоративной культуры. Корпоративная идентичность как следствие развитой корпоративной культуры. Понятие и механизмы формирования и укрепления корпоративной идентичности.

#### **Тема 4. Внутренний ПР.**

Понятие внутреннего ПР. Внутренний ПР: цели и задачи. Место и роль внутреннего ПР во внутрифирменных коммуникациях. Инструменты внутреннего ПР: информационные, аналитические, коммуникативные, организационные. Этапы работы в системе внутреннего ПР. Формирование основных элементов культуры компании. Разработка документов, формализующих цели, ценности и стандарты поведения и деятельности компании (миссия, корпоративный кодекс). Миссия: назначение, задачи, структура, процесс написания. Роль специалистов внутреннего ПР в создании миссии. Корпоративный кодекс: назначение, формат, задачи, структура, процесс написания. Роль специалистов внутреннего ПР в разработке и внедрении корпоративного кодекса. ПР-сопровождение работы над корпоративным кодексом. ПР-пропаганда и трансляция культуры. Внутренний ПР и репутационный аудит.

#### **Тема 5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе внутрифирменных коммуникаций**

Демонстрация корпоративной культуры. Корпоративный стиль: символика, аксессуары, стандарты поведения и имиджа сотрудников. Оформление офисов, сувенирная и рекламная продукция, документация. Организационная мифология: истории, легенды, мифы. Организационные традиции: обычаи, ритуалы, мероприятия. Корпоративные СМИ: понятие, каналы, виды, аудитории, актуальность и специфика организации и управления. Традиционные СМИ: газеты, журналы, электронные рассылки, ТВ и радио, стенды. Каналы электронных коммуникаций: корпоративный фильм, электронный журнал, корпоративный сайт, Интранет, форумы, блоги, соц.сети. Специфика электронных коммуникаций. Контент корпоративных изданий. Организация работы и вовлечение сотрудников в работу с корпоративными СМИ. Корпоративная реклама: понятие, подходы к определению, задачи. Средства корпоративной рекламы. Корпоративные мероприятия: понятие и задачи. Признаки и требования. Виды корпоративных мероприятий: информационные, деловые, популярные, развивающие, командные, творческие, развлекательные, спортивные, торжественные, социальные проекты компании. Типичные ошибки в организации корпоративных мероприятий. Критерии оценки эффективности корпоративного мероприятия. Роль специалистов внутреннего ПР в организации и проведении корпоративных мероприятий.

#### **Тема 6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит**

Роль и значение системы обратной связи с сотрудниками для функционирования внутрифирменных коммуникаций. Виды обратной связи. Организация обратной связи с сотрудниками. Неформальные каналы коммуникации, управление ими. Слухи. Коммуникационный аудит: понятие, задачи. Исследования коммуникативной системы компании. Выбор критериев и проведение коммуникационного аудита. Формы диагностики состояния коммуникаций. Сбор и анализ информации о внутренних и внешних коммуникациях компании. Выявление коммуникационных барьеров. Изучение эффективности каналов внутренних коммуникаций. Оценка лояльности коллектива руководству компании, уровня корпоративной культуры.

### **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## **Тема 1. Внутрифирменные коммуникации в системе управления компании.**

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) Прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы по вопросам:
  - Понятие внутрифирменных коммуникаций.
  - Цели и задачи управлениями внутренними коммуникациями.
  - Функции коммуникаций в организации. Система.
  - Элементы системы внутрифирменных коммуникаций: каналы, методы, средства, барьеры.
  - Аспекты внутренних коммуникаций: идеологический и функциональный.
  - Коммуникационная структура организации, виды внутрифирменных коммуникаций.
  - Инструменты и каналы внутренних коммуникаций.

## **Тема 2. Коммуникационный менеджмент (форма проведения – семинар)**

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы:
  - Коммуникационный менеджмент: понятие, предмет, задачи.
  - Объекты и субъекты коммуникационного менеджмента.
  - Корпоративный имидж: понятие, структура.
  - Внутренний имидж компании: понятие, элементы формирования.
  - Бренд компании. Формирование внутреннего корпоративного бренда.
  - Репутационный менеджмент: понятие, структура, задачи.
  - Формирование и поддержание внутренней репутации компании во внутрифирменных коммуникациях.
  - Управление внутрифирменными коммуникациями.
  
- 2) Найдите в интернете, дополнительной литературе или периодических источниках материал, иллюстрирующий роль внутрифирменных коммуникаций в формировании внутреннего имиджа и репутации компании. Охарактеризуйте виды, каналы, средства коммуникаций.

## **Тема 3. Корпоративная культура**

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) Прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы по вопросам:
  - Организационная и корпоративная культура: соотношение понятий.
  - Функции корпоративной культуры.
  - Корпоративные ценности как ядро культуры.
  - Теории культуры организации Г.Хофштеда: измерения культуры.
  - Теория культуры организации Э.Шейна: уровни культуры, условия формирования и признаки сильной культуры.
  - Типологии культуры организации.
  - Этапы формирования и трансляции корпоративной культуры компании.
  - Корпоративная идентичность: понятие и механизмы формирования.
  - Типологии культуры организации
  
- 2) Подготовиться к контрольной работе №1.

## **Тема 4. Внутренний ПР**

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

### Вопросы для самостоятельного изучения

1) Прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы по вопросам:

- Внутренний ПР: понятие, цели и задачи.
- Место и роль внутреннего ПР во внутрифирменных коммуникациях.
- Инструменты внутреннего ПР.
- Этапы работы в системе внутреннего ПР.
- Миссия: назначение, задачи, структура, процесс написания.
- Корпоративный кодекс: назначение, формат, задачи, структура, процесс написания.
- Внутренний ПР и репутационный аудит.

### **Тема 5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе внутрифирменных коммуникаций (форма проведения – семинар)**

#### Вопросы для самостоятельного изучения

1) К семинарскому занятию прочитайте соответствующие разделы учебников из списка основной литературы по вопросам:

- Демонстрация корпоративной культуры: средства.
- Корпоративный стиль.
- Организационная мифология: истории, легенды, мифы.
- Организационные традиции: обычаи, ритуалы, мероприятия.
- Корпоративные СМИ: понятие, каналы, виды, аудитории, актуальность и специфика организации и управления.
- Корпоративная реклама: понятие, задачи, средства.
- Корпоративные мероприятия: понятие, задачи, виды.

2) Используя различные источники, приведите примеры применения различных корпоративных СМИ и мероприятий российскими компаниями. Проанализируйте задачи, виды, средства.

3) Проектное задание: «Формирование и трансляция корпоративной культуры средствами рекламы и PR».

### **Тема 6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит**

#### Вопросы для самостоятельного изучения

1) Прочитайте соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы:


- Организация обратной связи с сотрудниками.
- Виды обратной связи.
- Коммуникационный аудит: понятие, задачи.
- Исследования коммуникативной системы компании.
- Изучение эффективности каналов внутренних коммуникаций.
- Оценка лояльности коллектива руководству компании, уровня корпоративной культуры.

2) Используя различные источники, приведите примеры реализации коммуникационного аудита в российских компаниях. Проанализируйте задачи, методы, средства. Сформулируйте свои выводы и рекомендации.

3) Подготовиться к контрольной работе №2.

### **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)**



Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Не предусмотрены

## 8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ


Темы контрольных работ:

№1. Стратегия управления внутрифирменными коммуникациями

№2. Внутренний ПР как технология управления внутрифирменными коммуникациями

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№ задания	Формулировка вопроса
1	Понятие внутрифирменных коммуникаций.
2	Цели и задачи управлениями внутренними коммуникациями.
3	Функции коммуникаций в организации. Система.
4	Элементы системы внутрифирменных коммуникаций: каналы, методы, средства, барьеры.
5	Аспекты внутренних коммуникаций: идеологический и функциональный.
6	Коммуникационная структура организации, виды внутрифирменных коммуникаций.
7	Инструменты и каналы внутренних коммуникаций.
8	Коммуникационный менеджмент: понятие, предмет, задачи.
9	Объекты и субъекты коммуникационного менеджмента.
10	Корпоративный имидж: понятие, структура.
11	Внутренний имидж компании: понятие, элементы формирования.
12	Бренд компании. Формирование внутреннего корпоративного бренда.
13	Репутационный менеджмент: понятие, структура, задачи.
14	Формирование и поддержание внутренней репутации компании во внутрифирменных коммуникациях.
15	Управление внутрифирменными коммуникациями.
16	Организационная и корпоративная культура: соотношение понятий.
17	Функции корпоративной культуры.
18	Корпоративные ценности как ядро культуры.
19	Теории культуры организации Г.Хофштеда: измерения культуры.
20	Теория культуры организации Э.Шейна: уровни культуры, условия формирования и признаки сильной культуры.
21	Типологии культуры организации.
22	Этапы формирования и трансляции корпоративной культуры компании.
23	Корпоративная идентичность: понятие и механизмы формирования.
24	Внутренний ПР: понятие, цели и задачи.
25	Место и роль внутреннего ПР во внутрифирменных коммуникациях.
26	Инструменты внутреннего ПР.
27	Этапы работы в системе внутреннего ПР.
28	Миссия: назначение, задачи, структура, процесс написания.
29	Корпоративный кодекс: назначение, формат, задачи, структура, процесс написания.
30	Внутренний ПР и репутационный аудит.
31	Демонстрация корпоративной культуры: средства.
32	Организационная мифология: истории, легенды, мифы.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

33	Организационные традиции: обычаи, ритуалы, мероприятия.
34	Корпоративные СМИ: понятие, каналы, виды, аудитории, актуальность и специфика организации и управления.
35	Корпоративная реклама: понятие, задачи, средства.
36	Корпоративные мероприятия: понятие, задачи, виды.
37	Организация обратной связи с сотрудниками.
38	Виды обратной связи.
39	Коммуникационный аудит: понятие, задачи.
40	Исследования коммуникативной системы компании. Изучение эффективности каналов внутренних коммуникаций.

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
1. Внутрифирменные коммуникации в системе управления компании	Выполнение практического задания	10	Проверка практического задания
2. Коммуникационный менеджмент	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос Проверка практического задания
3. Корпоративная культура	Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №1.	10	Письменный опрос
4. Внутренний ПР	Выполнение практических заданий	10	Проверка практического задания
5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе трансляции корпоративной культуры.	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение проектного задания	10	Устный опрос Проверка проектного задания
6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №2.	10	Письменный опрос

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература

1. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / составители А. Л. Кузеванова. — Волгоград : Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2009. — 137 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/11327.html>
2. Организационная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Г. Смирнова [и др.] ; под редакцией В. Г. Смирновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 306 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01440-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432946>
3. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие для вузов / под ред. В. М. Шепеля. - Москва : Гардарики, 2004. - 350 с. - ISBN 5-8297-0200-3 (в пер.) : 133.00. (10 экз)

#### Дополнительная литература


1. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 144 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39000.html>
2. Смаржевский, И. А. Коммуникационный аспект принятия управленческих решений в проектном менеджменте : монография / И. А. Смаржевский. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2012. — 112 с. — ISBN 978-5-209-05396-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/22183.html>
3. Логика для менеджеров : учебник для академического бакалавриата / М. Ю. Захаров [и др.] ; под редакцией М. Ю. Захарова, Е. В. Сарычева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 395 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6849-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425904>
4. Лидерство / - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 224 с. - ISBN 978-5-9614-5583-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961455830.html>
5. Мызрова К.А. Организационная культура : учеб. пособие / Мызрова Ксения Алексеевна; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ , 2011. - 193 с. : табл. - Библиогр.: с. 153-155. - б/п.

#### Учебно-методическая литература

- Митин С. Н. Культура организации: формирование, сохранение и развитие : учеб. пособие по курсу лекций "Организационная культура" / Митин Сергей Николаевич; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2017. - 106 с. : ил. - Библиогр.: с. 105. — URL: [http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/940/Mitin\\_2017.pdf](http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/940/Mitin_2017.pdf)

Согласовано:

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
 Должность сотрудника научной библиотеки      ФИО      подпись      дата

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

**б) Программное обеспечение:**

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

**в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:**

**1. Электронно-библиотечные системы:**

1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон. дан. - Саратов, [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.

1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.

1.4. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.

1.5. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2019].

3. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.

4. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

**6. Федеральные информационно-образовательные порталы:**

6.1. Информационная система **Единое окно доступа к образовательным ресурсам**. Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

6.2. Федеральный портал **Российское образование**. Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

**7. Образовательные ресурсы УлГУ:**

7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>.

7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа: <http://edu.ulsu.ru>.

Согласовано:

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 Должность сотрудника УИТиТ    ФИО    подпись                          дата

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

### а. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

Разработчик

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

должность

\_\_\_\_\_

ФИО