


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

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета факультета
от 20 июня 2019 г., протокол № 13/205

Председатель _____/Магомедов А.К./
(подпись, расшифровка подписи)
«20» июня 2019 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Коммуникационный менеджмент
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «_1_» сентября_2019 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кремнева Н.Ю.	СОРиК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
_____/Магомедов А.К./ Подпись ФИО «4»_июня 2019__г.	(_____/Магомедов А.К./ Подпись ФИО «4»_июня__2019__г.

Министерство науки и высшего образования 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 науки и высшего образования 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 науки и высшего образования 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 (4)	Зачет (4)
Всего часов по дисциплине	72	72

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	
2. Коммуникационный менеджмент	12	2				10	
1. Коммуникации в системе управления компании	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 коммуникационный аудит	10					10	Контрольная работа №2

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

Итого	68	4	4			60	
-------	----	---	---	--	--	----	--

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. 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 2. 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 управлениями 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 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 корпоративной культуры. Разработка программы развития корпоративной культуры. Декларирование целей и ценностей. Разработка стандартов поведения и деятельности.

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

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

Тема 1. Коммуникационный менеджмент

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

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) Прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы по вопросам:
 - 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 2. Коммуникации в системе управления компании (форма проведения – семинар)

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы:
 - 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.


- 2) Используя дополнительную литературу, подготовьтесь в обсуждению вопроса «Аспекты внутренних коммуникаций: идеологический и функциональный».

Тема 3. Корпоративная культура

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) Прочитайте 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.

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

Тема 4. Внутренний ПР

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.

- 2) Используя различные источники, приведите примеры миссий и корпоративных кодексов любых российских компаний. Проанализируйте содержание, структуру.

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

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы:
 - 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) Подготовьтесь к деловой игре «Разработка программы корпоративных СМИ, рекламы и мероприятий». Для предложенных преподавателем кейсов (на выбор) проработать свой вариант выполнения задания.

- 4) 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) Прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы по вопросам:
 - 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.

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

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)

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.


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

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.
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. Коммуникационный менеджмент	Выполнение практических заданий		Проверка практических заданий
2. Коммуникации в системе управления компании	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Выполнение практического задания		Устный опрос Проверка практических заданий
3. Корпоративная культура	Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №1.		Проверка практических заданий Письменный опрос
4. Внутренний ПР	Выполнение практических заданий		Проверка практических заданий
5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе трансляции корпоративной культуры.	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к деловой игре Выполнение проектного задания		Устный опрос Проверка проектного задания

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

6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №2.		Проверка практических заданий Письменный опрос
---	--	--	---

Министерство науки и высшего образования 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

1. 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

Согласовано:

_____/_____/_____
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования 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 науки и высшего образования 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.

13. 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