

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 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
 Председатель /Ившина Т.А./
(подпись, расшифровка подписи)
 «15» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Внутрифирменные коммуникации
Факультет	ФКИ
Наименование кафедры (ПЦК, отделения и др.):	Связей с общественностью, рекламы и культурологии
курс	3/5

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 – очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «__1__»_09_____2021 г.

(При актуализации рабочей программы на заседании кафедры указывается максимальное число записей о актуализации и заполняется следующая форма актуализации):

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №__от__20__г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры (ПЦК, отделения и др.)	Ученая степень, звание
Кремнева Н.Ю.	СОРиК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 /__А.К. Магомедов_/
Подпись ФИО «15»_июня__2021__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)

Очная форма

Дисциплина «Внутрифирменные коммуникации» является составляющей профессионального цикла вариативной части подготовки бакалавров – дисциплины по выбору. Изучается в 5 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 «Основы менеджмента», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью»). 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 последующих дисциплин «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Основы брендинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Реклама и ПР в госучреждениях».

Заочная форма

Дисциплина «Внутрифирменные коммуникации» является составляющей профессионального цикла вариативной части подготовки бакалавров – дисциплины по выбору. 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

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

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 ПР-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 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 организацией 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

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

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) _____ 2 зет _____

по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		5
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	36
Аудиторные занятия:		
Лекции	18	18
практические и семинарские занятия	18	18
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	36	36
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	72	72

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		9
1	2	3
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
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		Контрольные работы, проект

Форма А

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

Форма текущего контроля самостоятельной работы		
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет
Всего часов по дисциплине	68	68

** В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы: Форма обучения _____ очная _____

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	10	2	2		2	6	
2. Коммуникационный менеджмент	12	4	2			6	
3. Корпоративная культура	14	4	4		2	6	Контрольная работа №1
4. Внутренний ПР	14	4	4		2	6	
5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе трансляции корпоративной культуры.	12	2	4		2	6	Проектное задание
6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникацион	10	2	2			6	Контрольная работа №2

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

ный аудит							
Итого	72	18	18		6	36	

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 коммуникационный аудит	12					10	Контрольная работа №2
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

Форма А

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

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 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 PR.

Понятие внутреннего PR. Внутренний PR: цели и задачи. Место и роль внутреннего PR во внутрифирменных коммуникациях. Инструменты внутреннего PR: информационные, аналитические, коммуникативные, организационные. Этапы работы в системе внутреннего PR. Формирование основных элементов культуры компании. Разработка документов,

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

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. Внутрифирменные коммуникации в системе управления компании. (форма проведения – семинар)

Вопросы к семинарскому занятию

- 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.

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

- Инструменты и каналы внутренних коммуникаций.

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы.
- 2) Используя дополнительную литературу, подготовьтесь к обсуждению вопроса «Аспекты внутренних коммуникаций: идеологический и функциональный».

Тема 2. Коммуникационный менеджмент (форма проведения – семинар)

Вопросы к семинарскому занятию

- 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.

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы.
- 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 (форма проведения – семинар, дискуссия)

Вопросы к семинарскому занятию

- 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.

Тема дискуссии «Особенности российской бизнес-культуры».

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы.
- 2) Используя дополнительную литературу, подготовьтесь к обсуждению вопроса «Типологии культуры организации».
- 3) Подготовьтесь к дискуссии «Особенности российской бизнес-культуры». Найдите в интернете, дополнительной литературе или периодических источниках экспертные оценки, результаты исследований организационной культуры в российских компаниях. Проанализируйте характеристики культуры по измерениям Г.Хофштеда.

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

4) Подготовиться к контрольной работе №1.

Тема 4. Внутренний ПР (форма проведения – семинар, деловая игра)

Вопросы к семинарскому занятию

- 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 деловой игры: «Формирование и трансляция корпоративной культуры средствами внутреннего ПР».

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Используя различные источники, приведите примеры миссий и корпоративных кодексов любых российских компаний. Проанализируйте содержание, структуру.
- 3) Подготовиться к деловой игре «Формирование и трансляция корпоративной культуры средствами внутреннего ПР». Для предложенных преподавателем кейсов (на выбор) проработать свой вариант выполнения задания.

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

Вопросы к семинарскому занятию

- 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.

Тема деловой игры: «Разработка программы корпоративных СМИ, рекламы и мероприятий».

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Используя различные источники, приведите примеры применения различных корпоративных СМИ и мероприятий российскими компаниями. Проанализируйте задачи, виды, средства.
- 3) Подготовиться 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(форма проведения – семинар)

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

Вопросы к семинарскому занятию

- 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.

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 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.

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

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.
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 _____ очная _____

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	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Выполнение практического задания	6	Устный опрос
2. Коммуникационный менеджмент	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	6	Устный опрос
3. Корпоративная	Подготовка к семинарскому занятию	6	Устный опрос

Форма А

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

культура	Подготовка к групповой дискуссии Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №1.		Письменный опрос
4. Внутренний ПР	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к деловой игре Выполнение практических заданий	6	Устный опрос
5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе трансляции корпоративной культуры.	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к деловой игре Выполнение практических заданий	6	Устный опрос
6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №2.	6	Устный опрос Письменный опрос

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

Форма А

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 С. В. Кардинская. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 80 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102916.html>
2. 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>

Б) Дополнительная литература

1. Милёхина, Т. А. Корпоративная коммуникация в России : дискурсивный анализ / Отв. ред. Т. А. Милёхина, Р. Ратмайр - Москва : Издательский дом "ЯСК", 2017. - 632 с. (Серия "Studia philologica") - ISBN 978-5-94457-300-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785944573001.html>
2. 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>
3. Шарков, Ф. И. Корпоративная имиджология : монография / Шарков Ф. И., Потапчук В. А., Давыдов Д. Г. - Москва : Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>
4. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470006>
5. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14592-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477970>
6. Кремнева Н. Ю. Культура организации в системе коммуникационного менеджмента: социальная теория и управленческая практика : учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Н. Ю. Кремнева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 474 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/5661>

В) Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н. Ю. Внутрифирменные коммуникации : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8223>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А. /  / _____ 2021 г

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 : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. Начальника УИТиТ / Ключкова А.В.



2021г.

Должность сотрудника УИТиТ

Ф.И.О.

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.

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.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент Кремнева Н.Ю.