

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Внутрифирменные коммуникации»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

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.

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Внутрифирменные коммуникации» является составляющей профессионального цикла вариативной части подготовки бакалавров. 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», «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Креативные технологии в рекламе», «Искусство»,). 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 Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью Основы интегрированных коммуникаций Современная пресс-служба Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях PR в сфере культуры Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях Управление общественным мнением Организация рекламных и PR-мероприятий Планирование антикризисных коммуникаций Профессионально-творческая производственная практика Преддипломная практика ГИА

Заочная форма

Дисциплина «Внутрифирменные коммуникации» 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. Также для преддипломной практики и ГИА.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ПК-1	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Подходы и принципы управления организации и 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

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетных единиц

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков работы
- ☞ проведение групповых дискуссий, деловых игр на практических занятиях
- выполнение, презентация и защита проектного задания.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, историческими первоисточниками, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях, участию в деловых играх на практических занятиях;
- подготовка к зачету.

5. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами), оценка участия в групповых дискуссиях, деловых играх.

Промежуточная аттестация проводится в форме: контрольных работ, защиты индивидуального проекта.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.