

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Внутрифирменные коммуникации
Факультет	ФКИ
Наименование кафедры (ПЦК, отделения и др.):	Связей с общественностью, рекламы и культурологии
курс	4

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: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023 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
Заведующий выпускающей кафедрой
(<u>А.К. Магомедов</u> / А.К. Магомедов / Подпись ФИО «10»_05_2023 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)

Очно-заочная форма

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» Б1.В.ДВ.03.01 является составляющей профессионального цикла вариативной части подготовки бакалавров. Изучается в 7 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», «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики связей с общественностью», «Креативные технологии в рекламе»). 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 ПР-мероприятий Планирование антикризисных коммуникаций Профессионально-творческая производственная практика Преддипломная практика ГИА

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

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

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 очно-заочная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		7
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	16
Аудиторные занятия:		
Лекции	8	8
практические и семинарские занятия	8	8

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	56	56
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*

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

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Заня тия в интер актив ной форме	Самостоя тель ная работа	
		Лекции	Практичес кие занятия, семинары	Лаборатор ные работы, практикум ы			
1	2	3	4	5	6	7	
1.Внутрифирмен ные коммуникации в системе управления компании	11	2				9	
2. Коммуникацио нный менеджмент	11		2			9	
3. Корпоративная культура	13	2	2		2	9	Контроль ная работа №1
4. Внутренний ПР	11		2		2	9	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО							
5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия	12	2			2	10	Проектно е задание
6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникацион ный аудит	14	2	2			10	Контрольна я работа №2
Итого	72	8	8		6	56	

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.

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

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 ПР.

Понятие внутреннего ПР. Внутренний ПР: цели и задачи. Место и роль внутреннего ПР во внутрифирменных коммуникациях. Инструменты внутреннего ПР: информационные, аналитические, коммуникационные, 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

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

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 управления 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.

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 дополнительную литературу, подготовиться 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 прочитать конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться 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)

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

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.
- 4) Подготовьтесь 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 прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовьтесь к обсуждению вопросов темы.
- 2) Используя различные источники, приведите примеры миссий и корпоративных кодексов любых российских компаний. Проанализируйте содержание, структуру.
- 3) Подготовьтесь 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.

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

- 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 прочитайте 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)

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 прочитайте 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 PR как технология управления внутрифирменными коммуникациями

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

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.
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.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО			
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		<u>очно-заочная</u>	
Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
1. Внутрифирменные коммуникации в системе управления компании	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	9	Устный опрос
2. Коммуникационный менеджмент	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Выполнение практического задания	9	Устный опрос
3. Корпоративная культура	Подготовка к семинарскому занятию	9	Устный опрос
	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	9	Устный опрос
5. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе трансляции корпоративной культуры.	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к деловой игре Выполнение практических заданий	10	Устный опрос
6. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №2.	610	Устный опрос 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 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. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512140>.

Дополнительная литература

1. Васильева, Е. Ю. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Васильева, Н. В. Сергиевская. - Москва : МИСИ – МГСУ, 2020. - 44 с. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7264-2125-4. - <https://e.lanbook.com/book/145059>.
2. Шарков, Ф. И. Корпоративная имиджелогия / Ф. И. Шарков, В. А. Потапчук, Д. Г. Давыдов. - 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>
3. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14592-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510833>
4. 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>
5. 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>

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 / Шевякова И.Н. /  / 11.05.2023
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

СПС Консультант Плюс

Система «Антиплагиат.ВУЗ»

Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»

OC Microsoft Windows

Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. – URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. – URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

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

Согласовано:

Инженер ведущий

Должность сотрудника УИИТ

/ Щуренко Ю.В.

(подпись)

(подпись)

19.05.2023

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.

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.