

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета  
факультета культуры и искусства  
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель \_\_\_\_\_ /Н.С. Сафронов/  
Зав.кафедрой дизайна (подпись)  
кафедры интерьера, факультета  
культуры и искусства  
Е.Л.Силаньева (по доверенности  
№ 218/08 от 29.01.2024г.)

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<b>Внутрифирменные коммуникации</b>
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3 - очная форма обучения; 3 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 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 Наталья Юрьевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат социологических наук

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели освоения дисциплины:

- 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 освоения дисциплины:

- 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 ОПОП

Дисциплина «Внутрифирменные коммуникации» относится к числу дисциплин блока Б1.В.ДВ.03, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ПК-1.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Основы теории и практики связей с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Основы теории и практики рекламы, Профессионально-творческая практика, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов, Преддипломная практика, Современная пресс-служба, Социальные институты и процессы, Планирование антикризисных коммуникаций, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Коммуникационный менеджмент, Организация рекламных и PR-мероприятий, Консалтинг в рекламе и связях с общественностью, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p><b>знать:</b> Подходы и принципы управления и организации коммуникационной инфраструктуры компании. Основные технологии и инструменты проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p><b>уметь:</b> 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.</p> <p><b>владеть:</b> Навыками проведения внутренних и внешних коммуникационных мероприятий по повышению имиджа, защите репутации, развитию корпоративной культуры компании.</p>

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 2 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 72 часа

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		5
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36
Аудиторные занятия:	36	36
Лекции	18	18
Семинары и практические занятия	18	18
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	36	36
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u> )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	8	8
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции	4	4
Семинары и практические занятия	4	4
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	60	60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72

#### 4.3. Содержание дисциплины. 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	8
<b>Раздел 1. Общая теория коммуникационного менеджмента</b>							
Тема 1.1. Тема 1. Коммуникации	12	3	3	0	0	6	Тестирование

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	8
онный менеджмент							
Тема 1.2. Коммуникации в системе управления компании.	12	3	3	0	0	6	
Тема 1.3. Корпоративная культура.	12	3	3	0	0	6	Тестирование
<b>Раздел 2. Внутрифирменные коммуникации</b>							
Тема 2.1. Внутренний PR	12	3	3	0	0	6	
Тема 2.2. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе внутрифирменных коммуникаций	12	3	3	0	0	6	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.3. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	12	3	3	0	0	6	
<b>Итого подлежит изучению</b>	72	18	18	0	0	36	

### 4.3. Содержание дисциплины. 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	8
<b>Раздел 1. Общая теория коммуникационного менеджмента</b>							
Тема 1.1. Тема 1. Коммуникационный менеджмент	11	1	0	0	0	10	Тестирование
Тема 1.2. Коммуникации в системе управления компании.	12	0	2	0	0	10	
Тема 1.3. Корпоративная культура.	11	1	0	0	0	10	Тестирование
<b>Раздел 2. Внутрифирменные коммуникации</b>							
Тема 2.1. Внутренний PR	11	1	0	0	0	10	
Тема 2.2. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе внутрифирменных коммуникаций	11	1	0	0	0	10	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.3. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	12	0	2	0	0	10	
<b>Итого подлежит изучению</b>	68	4	4	0	0	60	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Раздел 1. Общая теория коммуникационного менеджмента

#### Тема 1.1. 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 ПР-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 1.2. 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 1.3. 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

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

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.

## **Раздел 2. Внутрифирменные коммуникации**

### **Тема 2.1. Внутренний PR**

Понятие внутреннего PR. Внутренний PR: цели и задачи. Место и роль внутреннего PR во внутрифирменных коммуникациях. Инструменты внутреннего PR: информационные, аналитические, коммуникационные, организационные. Этапы работы в системе внутреннего PR. 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 PR в создании миссии. Корпоративный кодекс: назначение, формат, задачи, структура, процесс написания. Роль специалистов внутреннего PR в разработке и внедрении корпоративного кодекса. PR-сопровождение работы над корпоративным кодексом. PR-пропаганда и трансляция культуры. Внутренний PR и репутационный аудит.

### **Тема 2.2. 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 PR в организации и проведении корпоративных мероприятий.

### **Тема 2.3. 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

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

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**

### **Раздел 1. Общая теория коммуникационного менеджмента**

#### **Тема 1.1. Тема 1. Коммуникационный менеджмент**

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

#### **Тема 1.2. Коммуникации в системе управления компании.**

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

Заочная форма

Понятие внутрифирменных коммуникаций.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Цели и задачи управлениями внутренними коммуникациями.

Функции коммуникаций в организации. Система.

Элементы системы внутрифирменных коммуникаций: каналы, методы, средства, барьеры.

Аспекты внутренних коммуникаций: идеологический и функциональный.

Коммуникационная структура организации, виды внутрифирменных коммуникаций.

Инструменты и каналы внутренних коммуникаций.

### **Тема 1.3. Корпоративная культура.**

Вопросы к теме:

Очная форма

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

## **Раздел 2. Внутрифирменные коммуникации**

### **Тема 2.1. Внутренний PR**

Вопросы к теме:

Очная форма

Внутренний PR: понятие, цели и задачи.

Место и роль внутреннего PR во внутрифирменных коммуникациях.

Инструменты внутреннего PR.

Этапы работы в системе внутреннего PR.

Миссия: назначение, задачи, структура, процесс написания.

Корпоративный кодекс: назначение, формат, задачи, структура, процесс написания. Внутренний PR и репутационный аудит.

### **Тема 2.2. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе внутрифирменных коммуникаций**

Вопросы к теме:

Очная форма

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

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 2.3. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит**

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

Заочная форма

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.

### **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

### **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

### **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

1. Коммуникационный менеджмент: понятие, предмет, задачи.
2. Объекты и субъекты коммуникационного менеджмента.
3. Корпоративный имидж: понятие, структура.
4. Внутренний имидж компании: понятие, элементы формирования.
5. Бренд компании. Формирование внутреннего корпоративного бренда.
6. Репутационный менеджмент: понятие, структура, задачи.
7. Формирование и поддержание внутренней репутации компании во внутрифирменных коммуникациях.
8. Управление внутрифирменными коммуникациями.
9. Понятие внутрифирменных коммуникаций.
10. Цели и задачи управлениями внутренними коммуникациями.
11. Функции коммуникаций в организации. Система.
12. Элементы системы внутрифирменных коммуникаций: каналы, методы, средства,
13. барьеры.
14. Аспекты внутренних коммуникаций: идеологический и функциональный.
15. Коммуникационная структура организации, виды внутрифирменных коммуникаций
16. Инструменты и каналы внутренних коммуникаций.
17. Организационная и корпоративная культура: соотношение понятий.
18. Функции корпоративной культуры.
19. Корпоративные ценности как ядро культуры.
20. Теории культуры организации Г.Хофштеда: измерения культуры.
21. Теория культуры организации Э.Шейна: уровни культуры, условия формирования и признаки сильной культуры.
22. Типологии культуры организации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

23. Этапы формирования и трансляции корпоративной культуры компании.
24. Корпоративная идентичность: понятие и механизмы формирования.
25. Внутренний PR: понятие, цели и задачи.
26. Место и роль внутреннего PR во внутрифирменных коммуникациях.
27. Инструменты внутреннего PR.
28. Этапы работы в системе внутреннего PR.
29. Миссия: назначение, задачи, структура, процесс написания.
30. Корпоративный кодекс: назначение, формат, задачи, структура, процесс написания.
31. Внутренний PR и репутационный аудит.
32. Демонстрация корпоративной культуры: средства.
33. Организационная мифология: истории, легенды, мифы.
34. Организационные традиции: обычаи, ритуалы, мероприятия.
35. Корпоративные СМИ: понятие, каналы, виды, аудитории, актуальность и специфика организации и управления.
36. Корпоративная реклама: понятие, задачи, средства.
37. Корпоративные мероприятия: понятие, задачи, виды.
38. Организация обратной связи с сотрудниками.
39. Виды обратной связи.
40. Коммуникационный аудит: понятие, задачи.
41. Исследования коммуникативной системы компании. Изучение эффективности каналов внутренних коммуникаций.

## **10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

*Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ*

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

(протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

Форма обучения: очная

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.)
<b>Раздел 1. Общая теория коммуникационного менеджмента</b>			
Тема 1.1. Тема 1. Коммуникационный менеджмент	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.2. Коммуникации в системе управления компании.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Тема 1.3. Корпоративная культура.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
<b>Раздел 2. Внутрифирменные коммуникации</b>			
Тема 2.1. Внутренний PR	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Тема 2.2. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе внутрифирменных коммуникаций	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Тема 2.3. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	

Форма обучения: заочная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

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.)
<b>Раздел 1. Общая теория коммуникационного менеджмента</b>			
Тема 1.1. Тема 1. Коммуникационный менеджмент	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
Тема 1.2. Коммуникации в системе управления компании.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	
Тема 1.3. Корпоративная культура.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
<b>Раздел 2. Внутрифирменные коммуникации</b>			
Тема 2.1. Внутренний PR	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	
Тема 2.2. Корпоративные СМИ, реклама и мероприятия в системе внутрифирменных коммуникаций	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	
Тема 2.3. Обратная связь с сотрудниками и коммуникационный аудит	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / С. В. Кардинская ; сост. С. В. Кардинская. - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. - 80 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 04.02.2031 (автопродлонгация). - электронный. -

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/102916.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0\_157719

2. Жернакова Марина Борисовна. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М.Б. Жернакова, И.А. Румянцева ; М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 319 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531364> (дата обращения: 26.06.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-16604-0 : 1269.00. / .— ISBN 0\_506746

#### **дополнительная**

1. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И. В. Марусева ; И. В. Марусева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 144 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/39000.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0\_129202

2. Милёхина Т.А. Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ : монография / Т.А. Милёхина, Р. Ратмайр ; Милёхина Т.А.; Ратмайр Р. - Москва : ЯСК, 2017. - 632 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785944573001.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-94457-300-1. / .— ISBN 0\_253290

3. Колесников Анатолий Викторович. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А.В. Колесников ; А. В. Колесников. - Москва : Юрайт, 2023. - 167 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/512140> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-02520-0 : 599.00. / .— ISBN 0\_496417

4. Сальникова Людмила Сергеевна. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : Учебник для вузов / Л.С. Сальникова ; Сальникова Л. С. - 4-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 313 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/488936> (дата обращения: 24.01.2022). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-14592-2 : 989.00. / .— ISBN 0\_314774

5. 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). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_39383

6. Шарков Ф.И. Корпоративная имиджелогия : монография / Ф.И. Шарков, В.А. Потапчук, Д.Г. Давыдов ; Шарков Ф.И.; Потапчук В.А.; Давыдов Д.Г. - Москва : Академический Проект, 2020. - 176 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-8291-2930-9. / .— ISBN 0\_256039

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

## учебно-методическая

1. Кремнева Н. Ю. Коммуникационный менеджмент : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 357 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_41701.

### б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"  
- Офисный пакет "Мой офис"

### 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, [2024]. – 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, [2024]. - 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, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://www.gosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

#### 2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

«Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

**3. eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» :** электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – 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.

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления 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. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

## 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;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 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	Кандидат социологических наук	Кремнева Наталья Юрьевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО