

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.06.2022 12:54:24
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.07 Корпоративные коммуникации

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Управление связями с общественностью

(наименование (специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.О.02.07 «Корпоративные коммуникации» является формирование у студентов индикаторов компетенций, предполагающих ознакомление студентов с современными подходами к системе корпоративных коммуникаций организации; формирование у обучающихся навыков построения коммуникационных процессов внутри организации и вне ее; выработка навыков управления корпоративными коммуникациями организации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.02.07 «Корпоративные коммуникации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;
		УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;
		УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
		УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;
		УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;
		УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	ПКО-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства
		ПКО-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
		ПКО-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	ПКО-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.
		ПКО-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПКО-2.3. Оценивает эффективность проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.02.07 «Корпоративные коммуникации» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО вариативного компонента.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.02.07 «Корпоративные коммуникации».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.07 «Корпоративные коммуникации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций	Оценка эффективности PR-коммуникаций
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	Технологии IR, Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций, Создание маркетингового контента	Оценка эффективности PR-коммуникаций
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	Клиентский сервис	Психология управления коммуникациями
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR, Технологии IR	Оценка эффективности PR-коммуникаций

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.02.07 «Корпоративные коммуникации» составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	65		65		
Лекции (ЛК)	17		17		
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17		
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	9		9		
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108		
	зач.ед.	3	3		

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	144	36	36	36	36	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	36	9	9	9	9	
Лабораторные работы (ЛР)	36	9	9	9	9	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	72	18	18	18	18	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	252	72	54	72	54	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	18	-	18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	432	108	108	108	108
	зач.ед.	12	3	3	3	3

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	72	16	20	16	20	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	16	8	-	8	-	
Лабораторные работы (ЛР)	20	-	10	-	10	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36	8	10	8	10	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	324	92	70	92	70	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	18	-	18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	432	108	108	108	108
	зач.ед.	12	3	3	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Введение в дисциплину	<p>Тема 1.1. Введение в корпоративные коммуникации</p> <p>Понятие корпоративных коммуникаций. Целевая аудитория как критерий определения типа корпоративных коммуникаций.</p> <p>Общая характеристика Media Relations, Investor Relations, Government Relation, Corporate Social Responsibility и др.</p>	ЛК, СЗ
Раздел 2. Система корпоративных коммуникаций	<p>Тема 2.1. Корпоративная культура.</p> <p>Миссия, видение, корпоративные ценности и пр. организации. Корпоративная культура компании. Типы корпоративных культур. Team building. Разработка и внедрение фирменного стиля организации.</p> <p>Брендбук как основной документ, регулирующий использование символики организации и описывающий корпоративные ценности и цели.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.2. Корпоративные документы.</p> <p>Классификация пр-документов. Виды корпоративных и презентационных документов: ньюслеттеры, дайджесты, обзоры, годовые отчеты, презентации, корпоративное видео, корпоративные сайты, корпоративные сети, интранет и др.</p> <p>Служебные письма (инициативное, ответное, гарантийное, рекламное и др.), протоколы, договоры. Корпоративные СМИ: газеты, журналы, их мобильные версии.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.3. Корпоративные коммуникации и КСО.</p> <p>Корпоративная социальная ответственность как репутационная категория. Успешные практики КСО в России и за рубежом.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.4. Система внутренних коммуникаций в компании</p> <p>Проблемы внутренних коммуникаций в крупных компаниях. Формирование системы внутренних коммуникаций организации: этапы, инструменты, технологии.</p> <p>Практика построения системы внутренних коммуникаций международных компаний. Культурные концепты и их интеграция для повышения эффективности и конкурентоспособности организации.</p>	ЛК, СЗ

6. ДИСЦИПЛИНЫ

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Тульчинский Г.Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 255 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05503-0. www.biblio-online.ru/book/A49FECB9-B8EE-4736-8714-450457BD2C55
2. Божук С.Г. Корпоративная социальная ответственность / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 226 с. — ISBN 978-5-534-09589-0 www.biblio-online.ru/book/827F4CF4-9660-4E5A-90F3-07694836CE46
3. Колесников А.В. Корпоративная культура / А. В. Колесников. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 167 с. — ISBN 978-5-534-02520-0. www.biblio-online.ru/book/BDFF2BE7-104B-44E1-95B8-443B2AC121E7
4. Нежелъченко Е.В. Корпоративная культура : учебное пособие : [16+] / Е. В. Нежелъченко, С. Н. Ясенюк. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 72 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602413> (

Дополнительная литература:

1. Gr. Взаимодействие бизнеса и органов власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. И. Марковская [и др.] ; под редакцией Е. И. Марковской. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 304 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8762-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433915>
2. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=416049>
3. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2012. - 324 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342869>
4. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425989>
5. Кларин, М. В. Корпоративный тренинг, наставничество, коучинг : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / М. В. Кларин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 288 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-02811-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437296>
6. Корпоративная культура : [16+]. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 216 с. : ил., схем. — (Harvard Business Review: 10 лучших статей). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=619148>

7. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. <https://biblio-online.ru/bcode/432025>

8. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 141 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/444427>

9. Управление человеческими ресурсами: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. Д. Гуськова, И. Н. Краковская, А. В. Ерастова, Д. В. Родин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 212 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04759-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438218>

10. Чумиков АН. Антикризисные коммуникации [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 172 с. - (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0716-8: 250.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3558>

11. Чумиков А.Н.. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

1. Курс лекций по дисциплине «Корпоративные коммуникации».

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Корпоративные коммуникации» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.