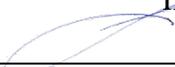




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

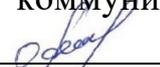
СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы


(подпись) Р.А. Захаркин
(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Директор департамента
коммуникаций и медиа


(подпись) И.П. Куманева
(И.О. Фамилия)

«09» января 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

*Управление внутрикорпоративными коммуникациями
Направление подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Программа магистратуры «Реклама и связи с общественностью»
Форма подготовки очная*

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г. № 528.

Директор департамента коммуникаций и медиа канд. ист.
наук, Куманева И.П.

Составитель: к. социол. н., доцент Захаркин Р.А.

Владивосток
2023

Оборотная сторона титульного листа РПД

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «

_____ 202__ г. №

2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

I. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель: формирование целостного представления о связях с общественностью с важнейшей целевой аудиторией компании - с ее персоналом; а также знакомство с системой управления внутренними корпоративными коммуникациями, их ролью и местом в жизни современных компаний. Освоение курса поможет студентам понять, как связаны внутренние коммуникации с корпоративной культурой, какие цели и задачи приходится решать отделу внутрикорпоративных коммуникаций компании.

Задачи: определение основных направлений коммуникации внутри организации; планирование и организация функционирования внутриорганизационных коммуникаций, контроль и оценка их эффективности.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Международное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и паблик рилейшнз.
Самоорганизация и саморазвитие	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик рилейшнз.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и паблик рилейшнз.	Знает основы межкультурного взаимодействия и межличностного общения необходимые для создания коммуникационной среды в организации.
	Умеет организовывать процесс межкультурной коммуникацию с целью создания недискриминационной среды для ее участников.
	Владеет навыками личного и межкультурного общения и способен успешно применять их при выполнении профессиональных задач в области рекламы и паблик рилейшнз.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик рилейшнз.	Знает основные теоретические и практические наработки в области управления внутрикорпоративными коммуникациями.
	Умеет выстроить оптимальную стратегию развития внутрикорпоративных коммуникаций в области рекламы и паблик рилейшнз с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности.
	Владеет навыками построения профессиональной траектории с учетом знаний и практического опыта в области рекламы и паблик рилейшнз.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
организационно-управленческий	ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК -1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
авторский	ПК -3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого характера и уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК -3.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает о видах, каналах и уровнях внутренней и внешней коммуникациях в организации, их месте в деятельности организации, понимает, что такое нематериальная мотивация и функции обратной связи во внутрикорпоративной коммуникации.
	Умеет организовывать процессы: внутренних и внешних коммуникаций в организации, информирования во внутрикорпоративной среде с учетом знаний о внутренних целевых аудиториях, их типах и сегментах.
	Владеет навыками формирования и поддержания внутрикорпоративных: идентичности, культуры и традиции.
	Знает основные методики разработки и реализации коммуникационных стратегий.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -3.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	Умеет использовать теоретические и практические знания для разработки коммуникационной стратегии развития организации с учетом интеграции всех возможных видов коммуникационной активности.
	Владеет навыками стратегического планирования, стратегического управления и антикризисного мышления для эффективного построения и поддержания внутрикорпоративной системы ценностей.

II. Трудоемкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы (144 академических часа).

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине могут являться:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

III. Структура дисциплины

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль		
1	Введение	2	4					10		Доклад, дискуссия
2	Построение внутренних коммуникаций в организации	2	14					26		Доклад, дискуссия
	Управление внутренними коммуникациями	2			36			18		Доклад, дискуссия
	Итого:	2	18		36			54	36	экзамен

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 часов)

Раздел 1. Введение

Тема 1. Внутренние целевые аудитории, методы их сегментирования (2 ч.)

Выделение внутренних целевых аудиторий. Сегментирование целевой аудитории. Неформальные лидеры общественного мнения организации. Амбассадоры организации (амбассадоры корпоративного бренда).

Тема 2. Процессы коммуникации в организации (2 ч.)

Виды, каналы и уровни коммуникаций в организации. Роль и сущность внутренних коммуникаций организации. Системы нематериальной мотивации сотрудников и построение с ними обратной связи.

Раздел 2. Построение внутренних коммуникаций в организации

Тема 3. Основной функционал внутренних коммуникаций (2 ч.)

Создание прозрачности (своевременное и полное информирование сотрудников). Установление связи сотрудников с компанией и содействие передаче навыков и знаний. Создание и поддержка устойчивой корпоративной культуры. Выявление и устранение внутренних факторов негативного воздействия на развитие компании. Коммуникационные мероприятия для устранения кризисных ситуаций.

Тема 4. Аналитика внутрикорпоративных коммуникаций (2 ч.)

Структура коммуникационного процесса на внутреннем уровне коммуникаций в организации. Сбор, анализ и исследование содержательной информации: открытые, закрытые источники, слухи, отзывы, обратная связь. Анализ информации: медиа-аналитика, информационный аудит, коммуникационный аудит и анализ отношений компании с внешними и внутренними ЦА.

Тема 5. Развитие и улучшение внутренних коммуникаций (2 ч.)

Цель и задачи внутренней коммуникации. Принципы построения внутренних коммуникаций. Стратегия внутренних коммуникаций как составная часть коммуникационной стратегии организации, бизнес-стратегии организации.

Тема 6. Планирование внутренних коммуникаций (2 ч.)

Критерии эффективности внутренних коммуникаций и способы их определения. Методики исследования внутренних коммуникаций. Мониторинг традиционных видов СМИ и Интернет-ресурсов; Работа с социальными медиа: изучение пользовательской аудитории и изучение контента.

Тема 7. Корпоративная культура (2 ч.)

Требования к созданию правил и стандартов. Формирование внутрикорпоративной этики. Формальное закрепление внутрикорпоративных правил.

Тема 8. Каналы внутренних коммуникаций (2 ч.)

Организация процесса информирования и информационного обмена. Каналы информирования: медийные, немедийные, межличностные. Формальная и неформальная коммуникации в организации. Управление слухами. Регулирование информационных потоков. Вертикальные коммуникации: управление обратной связью. Горизонтальные коммуникации. Правила корпоративного общения в информационных каналах.

Тема 9. Инструменты внутренних коммуникаций (2 ч.)

Корпоративное интернет-пространство: информационное наполнение и сопровождение. Функции корпоративного портала: база данных документов и контактов; размещение и реализация инициатив сотрудников; использование корпоративного интернет-ресурса для обучения; помощь в работе с клиентами.

V. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические занятия

(36 час.).

Практическое занятие № 1. «Анализ внутрикорпоративных коммуникаций» (4 час.)

План занятия:

1. Методы коммуникационного аудита.
2. Коммуникационные ошибки и барьеры.
3. Основные критерии оценки эффективности внутренних коммуникаций: текучесть кадров, удовлетворенность трудом и рабочие показатели.
4. Основные риски внутренних коммуникаций.
5. Управление проблемами: состояние и прогнозы внутренних коммуникаций организации.

Практическое занятие № 2. «Каналы и инструменты внутренних коммуникаций» (4 час.).

1. Внутрикорпоративные СМИ и их содержательная часть.
2. Ключевые сообщения.
3. Принципы формирования новостей организации.
4. Методы работы с инфоповодом.
5. Место и значение корпоративных традиций.
6. Организация и проведение корпоративных мероприятий.
7. Внутрикорпоративные награждения и знаки отличия.

Практическое занятие № 3. «Управление внутренними коммуникациями с использованием креатива» (4 час.)

План занятия:

1. Управление коммуникациями на различных уровнях компании.
2. Инструменты привлечения и вовлечения целевой аудитории.
3. Спецпроекты и мультимедиа.

4. Мероприятия как инструмент внутренних коммуникаций.
5. Мотивация амбассадоров: образовательные и развлекательные мероприятия.

Практическое занятие № 4. «Управление корпоративной социальной ответственностью» (2 час.)

План занятия:

1. Корпоративное волонтерство: стейкхолдеры и мотивация заинтересованных сторон.
2. Организационные аспекты корпоративного волонтерства: нормативная база; система управления; интеграция волонтерского опыта; управление рисками.
3. Принципы реализации социального партнерства и способы управления им.

Практическое занятие № 5. «Стандартизация внутренних коммуникаций» (2 час.)

1. Регламенты, процедуры, положения.
2. Корпоративный кодекс: структура документа, обязательные и «второстепенные» пункты.
3. Сроки и этапы реализации стратегии развития внутренних коммуникаций.

Практическое занятие № 6. «Внутренние коммуникации при управлении кризисными ситуациями» (4 час.)

1. Изменения в компании: реструктуризация, смена владельцев, слияния и поглощения.
2. Работа с сотрудниками во время внедрения изменений.
3. Управление изменениями в компании: создание среды, способствующей изменениям в компании; этапы внедрения изменений в компании.
4. Изменение внешней среды по отношению к компании.
5. Ответ на внешние вызовы.

6. Корпоративная солидарность.
7. Работа с сотрудниками во время внешних вызовов.

Практическое занятие № 7. «Управление конфликтами средствами внутренних коммуникаций» (2 час.)

1. Причины конфликтов.
2. Оптимальные способы разрешения конфликтов.
3. Особенности поведения в конфликтных ситуациях.

Практическое занятие № 8. «Оценка эффективности системы внутренних коммуникаций» (4 час.)

1. Основные критерии оценки эффективности системы внутренних коммуникаций.
2. Уровень информированности сотрудников.
3. Сокращение типовых запросов.
4. Упрощение формирования проектных групп и команд, рост эффективности внутренних проектов компании.
5. Повышение уровня лояльности и вовлеченности.

Практическое занятие № 9. «Вопросы бюджетирования внутренних коммуникаций» (4 час.)

1. Планирование бюджета внутренних коммуникаций.
2. Циклы бюджетирования и долгосрочное планирование проектов по внутренним коммуникациям.
3. Методы управления бюджетом.
4. Управление крупными проектами по внутренним коммуникациям с разными подрядчиками.
5. Контроль бюджета на внутренние коммуникации и корпоративные мероприятия.

Практическое занятие № 10. Значение внутренних коммуникаций независимо от форм организации деятельности.

1. Новые вызовы: построение внутренних коммуникаций в условиях работы on-line.

Практическое занятие № 11. «Современное коммуникативное агентство: специфика и особенности» (4 час.)

1. Структура коммуникативного агентства
2. Крупнейшие зарубежные коммуникативные компании.
3. Российские коммуникативные агентства.
4. Анализ сходств и отличий в деятельности российских и зарубежных коммуникативных агентств.
5. Аудитории воздействия и каналы коммуникации: специфика работы с различными целевыми группами.

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация

	<p>Раздел 1. Введение</p>	<p>УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных отношений.</p>	<p>Знает основы межкультурного взаимодействия и межличностного общения необходимые для создания коммуникационной среды в организации. Умеет организовывать процесс межкультурной коммуникации с целью создания недискриминационной среды для ее участников. Владеет навыками личного и межкультурного общения и способен успешно применять их при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных отношений.</p>	<p>УО-3</p>	<p>УО-1 Вопросы к экзамену 1-8</p>
--	---------------------------	---	--	-------------	--

	<p>Раздел 2. Построение внутренних коммуникаций в организации</p>	<p>УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональ ную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональ ной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик рилейшнз.</p>	<p>Знает основные теоретические и практические наработки в области управления внутрикорпорат ивными коммуникациям и. Умеет выстроить оптимальную стратегию развития внутрикорпорат ивных коммуникаций в области рекламы и паблик рилейшнз с учетом накопленного опыта профессиональн ой деятельности. Владеет навыками построения профессиональн ой траектории с учетом знаний и практического опыта в области рекламы и паблик рилейшнз.</p>	<p>УО-4</p>	<p>УО-1 Вопросы к экзамену 9-26</p>
--	---	--	---	-------------	---

	<p>Раздел 3. Управление внутренними коммуникациями</p>	<p>ПК -1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Знает о видах, каналах и уровнях внутренней и внешней коммуникациях в организации, их месте в деятельности организации, понимает, что такое нематериальная мотивация и функции обратной связи во внутрикорпоративной коммуникации. Умеет организовывать процессы: внутренних и внешних коммуникаций в организации, информирования во внутрикорпоративной среде с учетом знаний о внутренних целевых аудиториях, их типах и сегментах. Владеет навыками формирования и поддержания внутрикорпоративных: идентичности, культуры и традиции.</p>	<p>УО-3</p>	<p>УО-1 Вопросы к экзамену 26-40</p>
--	--	---	--	-------------	--

		ПК -3.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	Знает основные методики разработки и реализации коммуникационных стратегий. Умеет использовать теоретические и практические знания для разработки коммуникационной стратегии развития организации с учетом интеграции всех возможных видов коммуникационной активности. Владеет навыками стратегического планирования, стратегического управления и антикризисного мышления для эффективного построения и поддержания внутрикорпоративной системы ценностей.		
	экзамен	УК-5.3, УК-6.3, ПК-1.2 ПК – 3.4			УО-1

VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется

самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных преподавателем;
- поиск информации по теме с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- подготовка к деловым и ролевым играм;
- подготовка к зачету.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

Примерная дата проведения	Наименование контрольного мероприятия	Форма контроля	Примерные нормы времени на выполнение
2-18 недели	Работа с конспектом	Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем, обсуждение результатов выполненной работы на занятии	27 час
2-18 недели	Работа с конспектом, работа с литературой	Устный опрос, собеседование с группой.	27 час
Итого			54 часов

VIII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(печатные и электронные издания)

1. Горфинкель В.Я. Коммуникации и корпоративное управление / Горфинкель В.Я., Торопцов В.С., Швандар В.А.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 128 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81642.html>
2. Короткий С.В. Корпоративное управление / Короткий С.В.. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 230 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72357.html>
3. Тюлин, А. Е. Корпоративное управление. Методологический инструментарий / А.Е. Тюлин. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 216 с. Режим доступа : <https://znanium.com/catalog/product/1019338>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования / А. М. Блюмин. – М.: Дашков и К, 2017. – 364 с. Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978>
2. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 376 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code8E#none>
3. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. - М.: Дашков и К, 2016. - 252 с. Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430570>
4. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations: теоретические брифы. / Скрипникова Н.Н — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 53 с. Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>
5. Шейнин Э.Я. Корпоративное управление. Теория и практика / Шейнин Э.Я.. — Москва : Московский городской педагогический университет, 2010. — 308 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26507.html>

Нормативно-правовые материалы

1. О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

В учебном процессе по дисциплине используются следующие

информационно-справочные и поисковые системы, а также программное обеспечение и электронные библиотечные системы:

-Поисковые системы: Google, Mail.ru, Yandex; Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;

-Пакет прикладных программ Microsoft Office: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point.

Электронные библиотечные системы:

-Научная библиотека ДВФУ – режим доступа:
<http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU>

-Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа:
<http://elibrary.ru/defaultx.asp>

-Электронно-библиотечная система Znaniun.com – режим доступа:
<http://www.znaniun.com>

-ЭБС Издательства «Лань» – режим доступа: <http://e.lanbook.com>

1. -ЭБС IPRbooks– режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>Союз потребителей РФ - сайт о правах потребителей, об особенностях продажи различных товаров, юридические вопросы -<http://www.potrebitel.net>

2. «Энциклопедия маркетинга» - статьи и выдержки из книг по маркетингу, материалы по маркетинговыми исследованиям и программному обеспечению. Обзоры рынка маркетинговых услуг – <http://www.marketing.spb.ru/>

3. [Advertology.Ru](http://www.advertology.ru/) - все о рекламе, маркетинге и PR - Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. Содержит новости, публикации, информацию о выставках и конференциях, законы о рекламе, информацию о профессиональных объединениях и т.п.- <http://www.advertology.ru/>

4. 4p.ru - электронный журнал о маркетинге и рекламе - Теория и практика рекламного дела. Материалы по маркетингу, брендингу, мерчендайзингу: результаты маркетинговых и рекламных исследований -

<http://www.4p.ru/main/index.php>

5. Comcon2 – сайт компании «SynovateComcon», специализирующейся на изучении предпочтений и мотиваций потребителей, на построении сегментаций и поиске новых рыночных возможностей - <http://www.comcon-2.ru/>

6. Магазин исследований РБК (РосБизнесКонсалтинг) – исследования рынка и потребителей - <http://marketing.rbc.ru/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

IX. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнении аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» является экзамен. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов

текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

Теоретическая часть курса, которая предоставляет знания, представлена лекциями и самостоятельной работой. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения, презентации и дискуссии. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателей кафедры. Согласно календарному графику контрольных мероприятий текущей успеваемости, преподаватель на занятиях принимает у студента защиту перечисленных работ, проводит текущий и рейтинговый контроль.

Для изучения теоретического материала курса дисциплины рекомендуется использовать основную литературу. Для практических занятий рекомендуется использовать учебные пособия, отмеченные в заданиях для самостоятельной работы.

Х. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>690001, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, кампус ДВФУ, Школа искусств и гуманитарных наук, корпус F, ауд. 621.</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p>	<p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 47)</p> <p>Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA – 3 шт.; Проектор, модель Mitsubishi, экран; Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF; Доска аудиторная</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.</p>
<p>690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А1042,</p> <p>Помещение для самостоятельной работы. Читальный зал гуманитарных наук Научной библиотеки с открытым доступом</p>	<p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK</p> <p>Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox</p> <p>Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530</p> <p>Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:</p> <p>Дисплей Брайля Focus-40 Blue</p> <p>Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition</p> <p>Маркер-диктофон Touch Memo цифровой</p> <p>Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA</p> <p>Принтер Брайля Everest - D V4</p> <p>Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition</p> <p>Экран Samsung S23C200B</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.</p>
<p>690001, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, кампус ДВФУ, Школа искусств и гуманитарных наук, корпус F, ауд. 533.</p> <p>Компьютерный класс</p>	<p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 15); компьютеры: 14 шт. Lenovo C360G-i34164G500UDK; проектор Panasonic DLPPjectorPT-D2110XE; плазма LG FLATRON M4716CCBAM4716C; экран; Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF; Доска аудиторная</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.</p> <p>SPSS Statistics Premium Campus Edition..</p>

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными

устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.