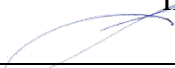




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)  
**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

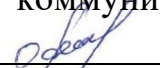
**СОГЛАСОВАНО**

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 публичных 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 публичных 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 публичных 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 публичных 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 публичных релейшнз.	Знает основные теоретические и практические наработки в области управления внутрикорпоративными коммуникациями.
	Умеет выстроить оптимальную стратегию развития внутрикорпоративных коммуникаций в области рекламы и публичных релейшнз с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности.
	Владеет навыками построения профессиональной траектории с учетом знаний и практического опыта в области рекламы и публичных релейшнз.

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**



<b>Примерная дата проведения</b>	<b>Наименование контрольного мероприятия</b>	<b>Форма контроля</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение</b>
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](http://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.