

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ
Международный учебно-научный центр «Высшая школа европейских культур»

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.04.01 «Сервис»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Технологии современного лидерства»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Иностранный язык в профессиональной деятельности

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

доцент, канд. ист. наук, доц. *М.А. Гордеева*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 6 от 25.03.2024.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	Ошибка! Закладка не определена.
1.1. Цель и задачи дисциплины	Ошибка! Закладка не определена.
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	Ошибка! Закладка не определена.
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	Ошибка! Закладка не определена.
2. Структура дисциплины	6
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии	8
5. Оценка планируемых результатов обучения	10
5.1 Система оценивания	10
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	10
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
6.1 Список источников и литературы	13
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	14
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	15
9. Методические материалы	16
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	Ошибка! Закладка не определена.
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ .	Ошибка! Закладка не определена.
9.3 Иные материалы	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	27

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «**Иностранный язык в профессиональной деятельности**» является:

- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной и профессиональной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами и на профессиональных площадках (конференциях и т.д.);

- формирование переводческих компетенций, приобретение обучаемыми совокупности теоретических знаний, практических умений и навыков для осуществления адекватного двуязычного перевода;

- формирование у студентов необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной культуры для ведения профессиональной переписки и поддержания профессионального взаимодействия;

- формирование у студентов способности и готовности к межкультурной коммуникации, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, научно-исследовательской, экспертно-аналитической, редакционно-издательской и культурно-просветительской деятельности.

Задачи дисциплины:

- уметь интерпретировать профессиональные тексты на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть профессиональными навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- овладеть профессиональными навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

Данная дисциплина реализуется на иностранном языке.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального	УК-4.1. Составляет, переводит и редактирует профессиональные и академические тексты	<i>Знать:</i> современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; для построения грамотной внутри- и внешнекорпоративной коммуникации; методы использования лингвистических средств для создания и продвижения медиапродукта; основные языковые нормы

взаимодействия		<p>и стилистические обороты на русском и иностранном языках и как их применять при выполнении заданий по данному виду практики.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения медиапродукта; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения медиапродуктов при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования языковых норм и стилистических оборотов в рамках собственной профессиональной деятельности в качестве практиканта; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения медиапродукта при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта.</p>
<p><i>УК-4.</i> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><i>УК-4.2.</i> Использует современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, в профессиональной деятельности, в том числе для представления результатов академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях</p>	<p><i>Знать:</i> основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и любом другом иностранном языке, их видов; правила языкового речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения для самоорганизации при выполнении заданий, предусмотренных данным видом практики.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать основные информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач, сформированных руководителем практики от организации для достижения профессиональных целей на государственном языке РФ и любом другом иностранном языке.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном</p>

		языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в рамках практических заданий руководителя практики от организации по подготовке и проведению коммуникационной кампании и мероприятия
--	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Межкультурное взаимодействие, Разработка туров культурных объектов и дестинаций.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Научно-исследовательский семинар "Открытый туризм", Туристский потенциал культурных объектов и дестинаций.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	10
1	Семинары/лабораторные работы	20
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

4.

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Система внутрикорпоративной коммуникации в организации	Корпоративная коммуникация как вид управленческих отношений. Внешняя и внутренняя среда корпоративной коммуникации. Субъект и объект внутрикорпоративных коммуникаций. Модель взаимодействия субъекта и объекта в корпоративной коммуникации: процессы мотивации, коммуникации и структуризации. Виды внутрикорпоративных коммуникаций: горизонтальные, вертикальные неформальные. Типы коммуникационных сетей: первичные и вторичные.

		<p>Организация внутрикорпоративного информационного пространства: информационное поле, информационные каналы, информационные источники. Основные принципы внутрикорпоративной информационной политики. Основные темы корпоративных коммуникаций. Коммуникативные барьеры в коммуникации и стратегии их преодоления. Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций.</p>
2	Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций	<p>Инструменты внутрикорпоративных коммуникаций: информационные, аналитические, коммуникативные и организационные. Корпоративные издания и корпоративный сайт как каналы внутренней коммуникации. Специальные мероприятия как инструмент внутрикорпоративной коммуникации. Продвижение информации в системе внутрикорпоративных коммуникаций: Интранет, реклама, информационный повод, работа с лидерами мнений, слухи. Средства продвижения информации. Технологии рекламы и связей с общественностью.</p>
3	Исследование внутрикорпоративных коммуникаций	<p>Организация и принципы коммуникационного аудита. Информационный аудит организации. Методы исследования среды организации: оценка управления имиджем, каналов информации, целевых аудиторий. Методика разработки стандартов коммуникативной деятельности организации и инструментарий для их описания. Принципы составления программ исследования внутрикорпоративного коммуникативного пространства. Теоретические и эмпирические методы и приемы сбора данных.</p>
4	Формирование и поддержание корпоративной культуры и корпоративной идентичности в организации	<p>История возникновения понятия корпоративной культуры. Определение корпоративной культуры и ее основные атрибуты. Структура корпоративной культуры. Уровни корпоративной культуры: концепция Э.Шейну, концепция Т.Трайса и ДЖ. Бейера. Первичные и вторичные механизмы трансляции корпоративной культуры. Факторы, способствующие поддержанию корпоративной культуры. Типология корпоративных культур: типология Т.Дила и А.Кеннеди; типология Ф.Тромпенаарса. Корпоративная идентичность. Основные направления формирования корпоративной идентичности: вовлечение во взаимодействие, вовлечение в организацию, корпоративные мероприятия. Имидж и фирменный стиль как инструменты формирования корпоративной идентичности. Место и функции корпоративного кодекса в системе корпоративных коммуникаций. Корпоративный кодекс.</p>

5	<p>Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации</p>	<p>Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями. Процесс построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций. Анализ организационной коммуникации. Разработка коммуникационной стратегии компании; проектирование коммуникационных программ. Реализация коммуникационной стратегии: правила предоставления корпоративной информации; информационные поводы; основные информационные ресурсы (каналы и инструменты); правила и принципы использования внутренних коммуникационных каналов. Условия построения эффективной системы внутренних коммуникаций. Оценка эффективности внутрикорпоративных коммуникаций.</p>
---	--	--

5. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	<p>Тема 1. Система внутрикорпоративных коммуникаций</p>	<p>Лекция 1. Система внутрикорпоративных коммуникаций Семинар 1. Система коммуникаций в организации Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов Кейс-стади, дискуссия Работа с литературой и Интернет-ресурсами</p>
2	<p>Тема 2. Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций</p>	<p>Лекция 2. Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций Семинар 2. Информационные и аналитические инструменты внутрикорпоративных коммуникаций Семинар 3. Коммуникативные и организационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов Кейс-стади, дискуссия Презентация проекта Работа с литературой и Интернет-ресурсами</p>
3	<p>Тема 3. Исследование внутрикорпоративных коммуникаций</p>	<p>Лекция 3. Исследование внутрикорпоративных коммуникаций Семинар 4. Исследование внутрикорпоративных коммуникаций Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов Кейс-стади, дискуссия Работа с литературой и Интернет-ресурсами</p>

			Интернет-ресурсами
4	Тема 4. Формирование и поддержание корпоративной культуры и корпоративной идентичности в организации	<p>Лекция 4. Формирование и поддержание корпоративной культуры и корпоративной идентичности в организации</p> <p>Семинар 5. Формирование корпоративной культуры</p> <p>Семинар 6. Формирование корпоративной идентичности</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Кейс-стади, дискуссия</p> <p>Презентация проекта</p> <p>Работа с литературой и Интернет-ресурсами</p>
5	Тема 5. Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации	<p>Лекция 5. Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации</p> <p>Семинар 7. Проектирование коммуникационных программ</p> <p>Семинар 8. Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Кейс-стади, дискуссия</p> <p>Презентация проекта</p> <p>Работа с литературой и Интернет-ресурсами</p>

6. Оценка планируемых результатов обучения

а. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- проверочная работа по профессиональной лексике	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен (по билетам)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

б. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

с. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольные вопросы для подготовки к зачету

1. Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями.
2. Виды внутрикорпоративных коммуникаций.
3. Основные темы и принципы внутрикорпоративной информационной политики.
4. Коммуникативные барьеры в коммуникации и стратегии их преодоления.
5. Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций.
6. Организация внутрикорпоративного информационного пространства.
7. Организационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.
8. Информационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.
9. Аналитические инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.
10. Коммуникативные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.
11. Средства продвижения информации в системе внутрикорпоративных коммуникаций.
12. Организация и принципы коммуникационного аудита организации.
13. Организация и принципы информационного аудита организации.
14. Принципы составления программ исследования внутрикорпоративного коммуникативного пространства.
15. Корпоративная культура: определение, ее основные атрибуты, структура и уровни.
16. Типология корпоративных культур.

17. Инструменты управления корпоративной культурой.
18. Методы и этапы формирования корпоративной идентичности.
19. Имидж как инструменты формирования корпоративной идентичности.
20. Фирменный стиль как инструменты формирования корпоративной идентичности.
21. Основные принципы коммуникаций с сотрудниками.
22. Технология проведения информационной кампании для сотрудников.
23. Внутрикорпоративные коммуникационные кампании: особенности, значение.
24. Критерии эффективности корпоративных событий (events).
25. Разработка корпоративных ценностей и правил поведения.
26. Процедура разработки и внедрения корпоративного кодекса.
27. Лояльность сотрудников организации: исследование проблемы, возникновение предпосылок нелояльности.
28. Условия построения эффективной системы внутренних коммуникаций.
29. Этапы построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций.
30. Оценка эффективности внутрикорпоративных коммуникаций.

Оценочные средства текущей аттестации

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Внутрикорпоративные коммуникации» предусмотрена одна текущая аттестация.
Форма текущей аттестации: работа с кейсами.

Пример кейса

Проблемная ситуация

Уже несколько лет на предприятии происходит внедрение информационной системы (ИС) учета с целью автоматизации учета всех процессов и перемещения ресурсов.

Около года назад стало ясно, что без чрезвычайных мер для погашения сопротивления сотрудников работать дальше невозможно. Была разработана программа коммуникационной поддержки внедрения информационной системы на предприятии.

Решение

Ключевое сообщение:

- внедряемый программный продукт — современная информационная система, ни одно современное предприятие не может обойтись без подобных систем,
- информационная система (ИС) приносит пользу не только предприятию в целом, но и каждому сотруднику в отдельности.

В рамках кампании были реализованы следующие *действия*:

- проведен ряд встреч руководителей предприятия с сотрудниками, на которых раскрывались как корпоративные, так и личные преимущества ИС;
- по всем цехам и отделам завода распространены информационные брошюры и листовки с разъяснением сути ИС и описанием ее преимуществ;
- выпущен ряд сюжетов о ИС на корпоративном радио (посвященные Дню Системного Администратора), несколько публикаций — в корпоративной газете;
- по предприятию намеренно распространялись слухи о готовящихся жестких санкциях против тех, кто активно сопротивляется внедрению ИС;
- среди сотрудников были специально распространены шутки и анекдот про ИС;
- сложные названия атрибутов ИС заменены на созвучные позитивные русские слова.

Результат:

- в настоящее время большая часть сотрудников не протестует против внедрения новой информационной системы;
- количество активно сопротивляющихся сотрудников сократилось до минимума.

Преимущества разработанной программы:

- одно из немногих постсоветских предприятий, где внедрение ИС реализовывалось с помощью «мягкой силы» — применения коммуникационных технологий, а не жестких административных методов;
- программа является одним из эффективных инструментов воздействия, так как денежные штрафы невозможны из-за низкого уровня заработной платы сотрудников;
- редкий случай, когда слух стал одним из важнейших инструментов кампании.

Задние к кейсу:

Изучите кейс и ответьте на вопросы:

1. Какие целевые аудитории были выделены?
2. Какие инструменты и технологии внутрикорпоративных связей с общественностью были использованы в ходе программы?
3. Какие инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью можно было бы использовать дополнительно?

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.
2. Критерий оценки контрольной работы:
 - всего за текущую аттестацию 25 баллов
 - каждое задание оценивается в 8 баллов.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а. Список источников и литературы

Литература

основная

Фишман, Л. М. Professional English : учебник / Л.М. Фишман. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 120 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014339-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1723355>

Бессонова, Е. В. Professional English in Use : учебно-практическое пособие: Учебное пособие / Бессонова Е.В., Раковская Е.А., - 2-е изд., (эл.) - Москва :МИСИ-МГСУ, 2017. - 65 с.: ISBN 978-5-7264-1657-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/972124>

Данчевская, О. Е. English for Cross-Cultural and Professional Communication. Английский язык для межкультурного и профессионального общения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О.Е. Данчевская, А.В. Малёв. – 2-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА : Наука, 2013. – 192 с. - ISBN 978-5-9765-1284-9 (ФЛИНТА), ISBN 978-5-02-037820-7 (Наука). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/454058>

Жулидов, С.Б. The Travel and Tourism Industry: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса 10000 и туризма 10200 / С.Б. Жулидов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 с. — (Серия «Special English for universities, colleges»). - ISBN 978-5-238-01220-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028623>

дополнительная

Training Intercultural Competence for Business (Case Study Approach) : учеб. пособие / О.А. Данько, Д.В. Еныгин, В.О. Мидова, М.А. Пономарев, Джеймс Ши. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 70

с. - ISBN 978-5-16-107575-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1030725>

Гумовская, Г.Н. Английский язык профессионального общения. LSP: English of professional communication : учебное пособие / Г.Н. Гумовская. - Москва : Флинта, 2018. - 320 с. - ISBN 978-5-9765-2846-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1090194>

лиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1058297. - ISBN 978-5-16-015796-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1284031>

Лежнин, В. В. Локальные системы сферы туризма: управление и инновации : монография / В. В. Лежнин, А. Н. Полухина. - Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. - 182 с. - ISBN 978-5-8158-2106-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1871034>

Беляева, И. В. Иностраный язык в сфере профессиональной коммуникации: комплексные учебные задания: Учебное пособие / Беляева И.В., Нестеренко Е.Ю., Сорогина Т.И., - 3-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2017. - 132 с. ISBN 978-5-9765-2616-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937882>

Гальчук, Л. М. Английский язык в научной среде: практикум устной речи : учебное пособие / Л.М. Гальчук. — 2-е изд. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 80 с. - ISBN 978-5-9558-0463-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843831>

в. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

с. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Политическая карта мира.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007

Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.

Abbyy Fine Reader – Лицензия № 09667 от 08.02.2006 Антивирус Kaspersky – Лицензия № 1894141205092525 от 05.12.2014

Microsoft Windows XP – Лицензия № 40001512 от 22.12.2005

MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark

Microsoft Academic Alliance) – Лицензия № 1203794656 от 01.01.2016

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная

Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

9. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может

проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

10. Методические материалы

Семинарское занятие № 1 (2 ч.): «Система коммуникаций в организации»

Вопросы для обсуждения:

1. Виды структуры организации
2. Параметры схемы организационной коммуникации
3. Барьеры в организационной коммуникации
4. Принципы выбора организационной коммуникации

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура // <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы // <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

Семинарское занятие № 2 (2 ч.): «Информационные и аналитические инструменты внутрикорпоративных коммуникаций»

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы создания корпоративного издания
2. Организационные, редакционные, дизайнерские, информационные, жанровые, стилистические средства и методы журналистики. Жанры.
3. Принципы создания эффективного корпоративного сайта или портала.

4. Формальные и неформальные каналы информации.

Основная

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
2. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458>
3. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
4. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др.] ; под ред. Л. В. Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>
5. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>
3. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005545-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/854756>
4. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/913327>

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru

4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура// <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы// <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

Семинарское занятие № 3 (2 ч.): «Коммуникативные и организационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций»

Вопросы для обсуждения:

1. Корпоративные ритуалы
2. Виды внутрикорпоративных мероприятий и принципы их организации
3. Обучение как поощрение (образовательные программы как современный инструмент корпоративного пиара)

Литература

Основная

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
2. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458>
3. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
4. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др] ; под ред. Л. В. Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>
5. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная

5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

7. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005545-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/854756>
8. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/913327>

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура// <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы// <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

Семинарское занятие № 4 (2 ч.): «Исследование внутрикорпоративных коммуникаций»

Вопросы для обсуждения:

Задание 1. Принципы коммуникационного аудита организации

1. Принципы анализа стратегии информационно-рекламной деятельности.
2. Принципы анализа эффективности присутствия в федеральных СМИ и взаимодействия с ними.
3. Способы анализа репрезентативных мнений целевых аудиторий и взаимодействия с ними.
4. Анализ специальных проектов
5. Методы анализа позиционирования организации в конкурентной среде.

Литература

Основная

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
2. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458>
3. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
4. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др] ; под ред. Л. В. Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>
5. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд.,

испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1093531>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/414955>
3. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005545-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/854756>
4. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniium.com/catalog/product/913327>

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура// <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы// <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

Семинарское занятие № 5 (4 ч.): «Формирование корпоративной культуры»

Вопросы для обсуждения:

1. Типы корпоративной культуры (адхократия, клан, бюрократия, рынок).
2. Уровни корпоративной культуры по Э.Шейну
3. Роль культурных артефактов (формально-иерархическая структура, система лидерства, устойчивые способы отношения с внешней средой, поведение членов организации, стиль руководства и лидерства, способы решения проблем, церемонии, традиции, ритуалы, обычаи, манеры поведения, обряды, корпоративная символика, подчеркивающая принадлежность к культуре (логотип, эмблемы, герб, гимн, стиль одежды, особая терминология).
4. Организационные ценности (личные, корпоративные, поколенческие, профессиональные, нормы, базовые правила, организационная философия, образ мышления, ценности, мифы и легенды, герои).
5. Базовые представления – существующий априори комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организаций, и задающий

общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации (убеждения, установки, табу).

6. Параметры корпоративной культуры по Г.Хофштеде (индивидуализм-коллективизм, большая-малая дистанция власти, сильное-слабое неприятие (избегание) неопределенности, мужественность-женственность, долгосрочная-краткосрочная ориентация).

Литература

Основная

6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
7. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458>
8. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
9. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др] ; под ред. Л. В. Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>
10. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная

9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
10. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>
11. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005545-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/854756>
12. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с.

(Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/913327>

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура // <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы // <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

Семинарское занятие № 6 (4 ч.): «Формирование корпоративной идентичности»

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы создания корпоративного кодекса (философии) компании.
2. Общие положения корпоративной идеологии и история возникновения и развития Компании.
3. Обязательства Компании перед сотрудниками.
4. Система коммуникативной безопасности в Компании (включая типы информации, не подлежащей разглашению).

Литература

Основная

11. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
12. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458>
13. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
14. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др] ; под ред. Л. В. Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>
15. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная

13. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

14. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>
15. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005545-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/854756>
16. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/913327>

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура // <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы // <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

Семинарское занятие № 7 (4 ч.): «Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации»

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы построения эффективной внутрикорпоративной коммуникации
2. Диагностика состояния корпоративной культуры и внутренних коммуникаций.
3. Состояние единого информационного пространства.
4. Разработка корпоративных стандартов.
5. Повышение лояльности персонала.
6. Получение обратной связи.

Литература

Основная

16. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
17. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458>
18. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
19. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др] ; под ред. Л. В.

Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>

20. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная

17. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
18. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>
19. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005545-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/854756>
20. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/913327>

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура // <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы // <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

Семинарское занятие № 8 (4 ч.): «Оценка эффективности внутрикорпоративных коммуникаций».

1. Методы оценки эффективности внутрикорпоративных мероприятий
2. Критерии оценки эффективности внутрикорпоративных коммуникаций
3. Принципы выбора методов и критериев оценки внутрикорпоративных коммуникаций в конкретных случаях (рассмотреть на примерах)

Литература

Основная

21. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-

- торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
22. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458>
23. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 416 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00567-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534>
24. Данилина, В. В. Связи с общественностью: составление документов: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / В.В. Данилина [и др] ; под ред. Л. В. Минаевой. - 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039456>
25. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039446>

Дополнительная

21. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>
22. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>
23. Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005545-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/854756>
24. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/913327>

Интернет-ресурсы:

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // www.sovetnik.ru
2. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // www.pr-dialog.ru
3. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // www.pr-news.ru
4. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // www.prnews.ru
5. Корпоративная культура // <http://www.c-culture.ru/>
6. ПРЕСС-ТРЕСТ: Издательство корпоративной прессы // <http://www.press-trest.ru/>
7. Профессиональный сайт «Сообщества внутренних коммуникаторов» // <http://www.insidepr.ru/>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «**Иностранный язык в профессиональной деятельности**» реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой культуры мира и демократии.

Целью дисциплины «**Иностранный язык в профессиональной деятельности**» является:

- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной и профессиональной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами и на профессиональных площадках (конференциях и т.д.);

- формирование переводческих компетенций, приобретение обучаемыми совокупности теоретических знаний, практических умений и навыков для осуществления адекватного двуязычного перевода;

- формирование у студентов необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной культуры для ведения профессиональной переписки и поддержания профессионального взаимодействия;

- формирование у студентов способности и готовности к межкультурной коммуникации, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, научно-исследовательской, экспертно-аналитической, редакционно-издательской и культурно-просветительской деятельности.

Задачи дисциплины:

- уметь интерпретировать профессиональные тексты на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть профессиональными навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- овладеть профессиональными навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-4.1. Составляет, переводит и редактирует профессиональные и академические тексты

УК-4.2. Использует современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, в профессиональной деятельности, в том числе для представления результатов академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; для построения грамотной внутри- и внешнекорпоративной коммуникации; методы использования лингвистических средств для создания и продвижения медиапродукта; основные языковые

нормы и стилистические обороты на русском и иностранном языках и как их применять при выполнении заданий по данному виду практики; основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и любом другом иностранном языке, их видов; правила языкового речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения для самоорганизации при выполнении заданий, предусмотренных данным видом практики.

Уметь: использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения медиапродукта; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения медиапродуктов при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта; использовать основные информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач, сформированных руководителем практики от организации для достижения профессиональных целей на государственном языке РФ и любом другом иностранном языке.

Владеть: навыками использования языковых норм и стилистических оборотов в рамках собственной профессиональной деятельности в качестве практиканта; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения медиапродукта при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта; навыками коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в рамках практических заданий руководителя практики от организации по подготовке и проведению коммуникационной кампании и мероприятия.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.