



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

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования  
по направлению подготовки 43.04.01 «Сервис»,  
направленность (профиль) «Технологии современного лидерства»**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «**Медиа-рилейшнз современной компании**» реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

**Цель дисциплины:** подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания о современных технологиях медиа-рилейшнза, реализуемого PR-отделами различного типа организаций во внутренних своих коммуникациях.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать систему знаний о современных технологиях медиа-рилейшнз в организациях;
- дать целостную систему теоретических и практических знаний в сфере практического медиа-рилейшнза;
- ознакомить с имеющейся структурой и принципами организации медиа-рилейшнза с коммуникативными технологиями для различного типа медиа-контентов;
- сформировать практические навыки организации медиа-рилейшнза на основе использования различных инструментов (пресс-конференций, пресс-релизов, медиа-карты, пресс-туров, брифингов и т.д.);
- ознакомить с алгоритмом организации мероприятий медиа-рилейшнза.

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

*УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий*

*УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними*

*УК-1.2. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов*

*ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, социологические опросы, предоставлять информацию и оказывать иные услуги для анализа ситуации на рынке деятельности компании*

*ПК-1.1. Владеет навыками проведения маркетинговых исследований и выработкой соответствующих предложений*

*ПК-1.2. Владеет навыками проведения социологических опросов и интерпретацией полученных результатов*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** современные тенденции в анализе проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними для определения целей и задач медиа-рилейшнза в современной компании; основные подходы к содержательному аргументированию

стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов с целью выработки медийной стратегии медиа-рилейшнза в современной компании; основные методы и инструменты проведения маркетинговых исследований и выработкой соответствующих предложений для определения медийной стратегии медиа-рилейшнза в современной компании; основные методы и инструменты проведения социологических опросов и интерпретацией полученных результатов для определения медийной стратегии медиа-рилейшнза в современной компании.

*Уметь:* разрабатывать концепцию решения проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними для определения целей и задач медиа-рилейшнза в современной компании; находить содержательные аргументы в стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов для определения возможного характера медиа-рилейшнза в современной компании; проводить маркетинговые исследования и выработать соответствующие предложения для медиа-рилейшнза в современной компании; применять навыки проведения социологических опросов и интерпретацией полученных результатов при разработке медийной стратегии медиа-рилейшнза в современной компании.

*Владеть:* практическими навыками анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними для определения целей и задач медиа-рилейшнза в современной компании; способностью содержательно аргументировать возможной стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов для нахождения основ медийной стратегии медиа-рилейшнза в современной компании; навыками осуществления маркетинговых исследований и выработкой соответствующих предложений к возможной медийной стратегии медиа-рилейшнза в современной компании; навыками осуществления социологических опросов и интерпретацией полученных результатов для возможной медийной стратегии медиа-рилейшнза в современной компании.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.  
Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «**Технологии самопрезентации представителей компании**» реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

**Цель дисциплины:** подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания о современных коммуникативных технологиях самопрезентации представителей компании в рамках её продвижения во внешних и внутренних коммуникативных средах.

**Задачи дисциплины:**

- овладеть методами эффективной самопрезентации не только себя как профессионала, но и как представителя современной компании во внешних и внутренних коммуникативных средах;
- сформировать у студентов навыки самопрезентации в различных бизнес-ситуациях, связанных с обеспечением внутренних и внешних коммуникаций;
- сформировать готовность студентов к использованию медийных и немедийных коммуникативных технологий для собственной самопрезентации как

представителей компании для её продвижения во внешних и внутренних коммуникативных средах.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

*УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки*

*УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания*

*УК-6.2. Определяет приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям*

*ПК-2. Способен к сервисному сопровождению и информационно-аналитической поддержке подразделений компании*

*ПК-2.1. Организует работу по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании*

*ПК-2.2. Осуществляет информационно-аналитическое сопровождение и внутрикорпоративную коммуникативную поддержку компании*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные способы распределения собственных ресурсов и их пределы для проведения самопрезентации в качестве представителя современной компании; собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям в результате проектирования собственной самопрезентации в качестве представителя современной компании; содержание основных коммуникативных технологий организации работы по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и включение её итогов в собственную самопрезентацию в качестве представителя современной компании; основные методы и приемы анализа информационно-аналитического сопровождения и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании и понимание того как можно его использовать в самопрезентации в качестве представителя современной компании.

*Уметь:* использовать свои ресурсы и их пределы, оптимально их распределяя для успешной самопрезентации в качестве представителя современной компании; определять собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям при разработке и проведении самопрезентации в качестве представителя современной компании; выделять ключевые характеристики осуществления коммуникативных технологий организации работы по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и включение её итогов в собственную самопрезентацию в качестве представителя современной компании; применять основные методы и приемы анализа по информационно-аналитическому сопровождению и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании и использовать его данные в самопрезентации в качестве представителя современной компании.

*Владеть:* навыками распределения собственных ресурсов, исходя из пределов, оптимально их использовать для успешной самопрезентации в качестве представителя современной компании; способностью обозначать свои собственные приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям при разработке и проведении самопрезентации в качестве представителя современной компании; навыком анализа академической и прикладной литературы по исследованиям в области организационного поведения по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании и способностью проводить на этой основе самопрезентацию в качестве представителя

современной компании; навыками использования информационно-аналитического сопровождения и внутрикорпоративной коммуникативной поддержки компании в ходе самопрезентации в качестве представителя современной компании

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

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

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина реализуется на Факультете востоковедения и социально коммуникативных наук, кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины- познание теоретических основ и овладение практическими технологиями современного переговорного процесса, формирование коммуникативно развитой личности, осознанно и гибко владеть искусством подготовки, ведения переговоров, принятия конструктивных решений.

Задачи дисциплины:

- Раскрытие места «Стратегия деловых переговоров» как интегральной дисциплины в системе социо-гуманитарного знания.
- Вооружение бакалавров рациональной эффективной технологией подготовки и результативной техникой ведения переговоров.
- Теоретическое и практическое ознакомление с видами, жанрами, техниками подготовки и ведения переговоров, которые наиболее полно соответствуют профессиональным и личностным запросам обучаемых

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:  
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

ПК-5 Способен определять операционные цели и задачи подразделениям поддержки организации

В результате освоения дисциплины «Стратегия деловых переговоров» обучающийся должен:

Знать:

Культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов.

Уметь:

Использовать приемы дискурсивной (диалогической) коммуникации.

Владеть:

Навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями; навыками согласования позиций, в случае их несовпадения; методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета с оценкой*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Комьюнити-менеджмент в современных международных корпорациях» реализуется на *факультете* Востоковедения и социально-коммуникативных наук *кафедрой* Культуры мира и демократии.

Курс призван подготовить специалиста, обладающего знаниями об основных принципах, компонентах и средствах комьюнити-менеджмента в современной международной корпорации, построения эффективной цифровой коммуникации, умениями и навыками коммуникативного поведения в современном мультикультурном и мультиэтническом обществе международной корпорации глобального присутствия.

**Цель дисциплины** – сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для освоения практик общения и построения и улучшения сообществ в мультикультурных, полиэтнических и поликонфессиональных обществах, адаптации к новым культурным и культурным различиям и налаживания эффективной коммуникации с представителями других культур в современной корпоративной среде международного и глобального уровней. Достижение этой цели создает условия для развития квалификаций по поиску диалога для специалистов, ориентированных на улучшение качества принятия решений в организации и повышение эффективности корпоративного взаимодействия.

**Задачи дисциплины** включают в себя:

- 1) Знакомство с историей возникновения и теоретическими основами осуществления комьюнити-менеджмента
- 2) Овладение дискурсом в области корпоративного управления заинтересованными сообществами
- 3) Формирование умений, навыков и способностей взаимодействия с заинтересованными сообществами на уровне международной корпорации
- 4) Развитие способностей постоянной рефлексивной адаптации в условиях цифровых коммуникаций и развития международной корпорации в современной культурной, экономической, политической и иной среде.

При решении этих задач учитывается следующее важное обстоятельство: традиционные системы формирования коммуникативных навыков и умений в виде обычной социализации, воспитания, дидактических моделей передачи знаний не всегда должным образом решают указанные задачи. Усложнение коммуникаций в современном глобализирующемся и информационно-сетевом мире должно сопровождаться развитием и усвоением специальных средств подготовки людей к усложняющимся условиям коммуникации как на социальном, так и на профессиональном уровне. Одним из таких средств, направленных на повышение и совершенствование коммуникативной

компетентности, становится практическое обучение цифровой коммуникации в форме разнообразных коммуникативных тренингов. Это обстоятельство учитывается в структуре курса.

Дисциплина реализуется на английском языке и формирует следующие компетенции:

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Результаты обучения</b>
<p><i>УК-3</i> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p><i>УК-3.1</i> Планирует командную работу и формулирует цели, задачи</p>	<p><i>Знать:</i> Идентифицирующие признаки внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций</p> <p><i>Уметь:</i> Выстраивать план, стилистику и интенсивность внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками создания, планирования и исполнения современных внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникационных продуктах</p>
	<p><i>УК-3.2</i> Организует работу команды для достижения поставленной цели</p>	<p><i>Знать:</i> Современные системы цифровых коммуникаций в международных и глобальных корпорациях</p> <p><i>Уметь:</i> Использовать современные системы и программное обеспечение для создания цифровых коммуникаций в международных и глобальных корпорациях</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками работы с профильными программами и иными средствами для разработки, создания и распространения цифровых коммуникационных продуктов в международных и глобальных корпоративных средах</p>
<p><i>ПК-2</i> ПК – 2 Способен к сервисному сопровождению и информационно-аналитической</p>	<p><i>ПК-2.1</i> Организует работу по сервисному сопровождению внутренней коммуникации компании</p>	<p><i>Знать:</i> Методы работы с различными источниками информации в цифровой среде</p> <p><i>Уметь:</i> Использовать информационные фильтры и</p>

поддержке подразделений компании		ментальные карты рассмотрения и сортировки цифровой информации  <i>Владеть:</i> Навыками использования информационных фильтров, внутренней и внешней критики информации с целью получения достоверной коммуникации
	<i>ПК-2.2</i> Осуществляет информационно-аналитическое сопровождение и внутрикорпоративную коммуникативную поддержку компании	<i>Знать:</i> Методы исследования и разработки перспективных областей современного онлайн-рынка цифровых коммуникаций в корпоративной среде  <i>Уметь:</i> Планировать коммуникационные кампании в цифровой среде в корпоративной сфере  <i>Владеть:</i> Навыками разработки концепции современной актуальной цифровой внутрикорпоративной и внешнекорпоративной коммуникации

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.  
Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БИЗНЕС КОММУНИКАЦИИ реализуется на Факультете востоковедения и социально коммуникативных наук, кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины- познание теоретических основ и овладение практическими технологиями современных деловых коммуникаций, формирование коммуникативно развитой личности, осознанно и гибко владеть искусством подготовки, ведения переговоров, принятия конструктивных решений.

Задачи дисциплины:

- Раскрытие места «Стратегия деловых переговоров» как интегральной дисциплины в системе социо-гуманитарного знания.
- Вооружение бакалавров рациональной эффективной технологией подготовки и результативной техникой ведения переговоров.
- Теоретическое и практическое ознакомление с видами, жанрами, техниками подготовки и ведения переговоров, которые наиболее полно соответствуют профессиональным и личностным запросам обучаемых

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3

Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-3.3

Контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы

УК-5

Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.1

Анализирует особенности межкультурного взаимодействия

ПК-4

Способен к разработке предложений по обеспечению персоналом, формированию систем оценки, развития, оплаты труда, корпоративным социальным программам и социальной политике

ПК-4.1

Участвует в процессах поиска, найма и адаптации ключевых для компании сотрудников

ПК-4

Способен к разработке предложений по обеспечению персоналом, формированию систем оценки, развития, оплаты труда, корпоративным социальным программам и социальной политике

ПК-4.2

Обеспечивает проведение процедур мотивации, развития персонала, а также выступает медиатором внутрикорпоративных конфликтов и споров

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать: подходы и модели осуществления командной работы, знать особенности межкультурного взаимодействия между персоналом и административной структурой, методы осуществления аналитических процессов, состав материально-технических ресурсов, необходимых для повышения мотивации персонала.*

*Уметь: умеет регулировать деятельность команды, выступать в качестве лидера, обладает высокими навыками межличностного общения, взаимодействовать с персоналом, обладать навыками конструктивного межкультурного взаимодействия, применять методы аналитических процессов в области управления проектами, проводить анализ материально-технических ресурсов, необходимых для организации повышения квалификации персонала предприятий сферы туризма.*

*Владеть: навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями; навыками согласования позиций, в случае их несовпадения; методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах, отличать грамотное межкультурное взаимодействие и выразить мнение по проделанной работе персонала, знаниями об организационно-управленческих инновациях в области функционирования предприятий, навыком проведения переговорного процесса для достижения наиболее эффективного результата.*

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.



Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.