

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**СТРАТЕГИЯ И ПЛАНИРОВАНИЕ ВО ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.04.01 Сервис

Код и наименование направления подготовки/специальности

Технологии современного лидерства

Наименование направленности (профиля)

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

Стратегия и планирование во внутрикорпоративных коммуникациях

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

К.э.н., доцент, доцент каф. ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания ОСТиГ

№ 5 от 29.12.2025 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	<u>Пояснительная записка</u>	4
1.1.	<u>Цель и задачи дисциплины</u>	4
1.2.	<u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u>	4
1.3.	<u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	5
2.	<u>Структура дисциплины</u>	6
3.	<u>Содержание дисциплины</u>	6
4.	<u>Образовательные технологии</u>	7
5.	<u>Оценка планируемых результатов обучения</u>	8
5.1.	<u>Система оценивания</u>	8
5.2.	<u>Критерии выставления оценки по дисциплине</u>	8
5.3.	<u>Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	9
6.	<u>Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</u>	12
6.1.	<u>Список источников и литературы</u>	12
6.2.	<u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u>	12
6.3.	<u>Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</u>	13
7.	<u>Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	13
8.	<u>Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</u>	13
9.	<u>Методические материалы</u>	14
9.1.	<u>Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий</u>	14
9.2.	<u>Методические рекомендации по подготовке письменных работ</u>	16
9.3.	<u>Иные материалы</u>	18
	<u>Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины</u>	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов знаний теории, принципов и основ планирования стратегий и их обеспечения во внутренних коммуникациях.

Задачи дисциплины:

- Сформировать систему знаний о закономерностях, специфике и феномене стратегий внутренних коммуникаций;
- Сформировать представление о современных технологиях в области внутренних коммуникаций
- Сформировать систему знаний, необходимых для анализа роли лидерской компоненты при принятии управленческого решения.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 - Разрабатывает концепцию проекта, определяет его цели и задачи	Знать: структуру внутренней коммуникации Уметь: адаптировать имеющиеся знания под специфику внутренней коммуникации Владеть: навыками формирования концепции внутренних коммуникаций
	УК-2.2 - Разрабатывает и реализует проект в соответствии со своей ролью	Знать: основы функционирования каналов коммуникации Уметь: анализировать возможности и риски каждого из возможных для выбора каналов коммуникации Владеть: навыками проектирования в соответствии с занимаемой позицией компании
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	Знать: формы обратной связи Уметь: реорганизовать работу канала коммуникации Владеть: навыками контроля исполнения поручений
ОПК-1 - Способен формировать технологическую концепцию сервисных организаций, организовывать внедрение технологических новаций и программного	ОПК-1.2 - Определяет меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса	Знать: основные принципы моделирования социально-экономических процессов Уметь: использовать методики сервисного анализа и прогнозирования для моделирования процессов в данной сфере Владеть: навыками внедрения инноваций в собственную

обеспечения в сфере сервиса		деятельность
	ОПК-1.3 - Демонстрирует умение работать с основными с программными продуктами в профессиональной сфере	Знать: принципы создания текстового и визуального контента Уметь: грамотно определять пропорции предоставляемого текстового и визуального контента с учетом выбора канала коммуникации и редакционной политики Владеть: навыками работы с программами в сфере внутренней коммуникации
ОПК-4 - Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций в сфере сервиса	ОПК-4.1 - Применяет технологии маркетинговых исследований рынка в сфере сервиса	Знать: основы экспертной оценки сервисных внутренне коммуникационных проектов Уметь: интегрировать экспертную оценку в итоговый продукт Владеть: навыками применения маркетинговых технологий в собственной деятельности
	ОПК-4.2 - Формулирует основные направления работ по разработке маркетинговых стратегий и программ предприятий в сфере сервиса	Знать: основы организационного менеджмента и маркетинга Уметь: налаживать продуктивные отношения с различными структурными подразделениями Владеть: навыками разработки стратегии маркетинга в сфере сервиса
	ОПК-4.3 - Понимает технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций, в том числе с использованием возможностей сети Интернет	Знать: основы формирования информационного контента Уметь: оформлять контент в соответствии с выбранным каналом коммуникации Владеть: навыками использования информации в сети Интернет

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Стратегия и планирование во внутрикорпоративных коммуникациях» относится к блоку обязательных дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Методология исследовательской деятельности и академическая культура», «Коммуникативные технологии управления корпоративными СМИ», «Технология организации корпоративных мероприятий», «Комьюнити-менеджмент социальных сетей современной компании».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Практикум по ведению деловых переговоров», «Профессиональные бизнес коммуникации», «Мониторинг и сопровождение проектов компании», «Ознакомительная практика».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

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
2	Лекции	10
2	Семинары	20
2	Экзамен	18
Всего:		48

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Стратегия и управление развитием	Стратегия: понятия и термины. Видение, миссия и ценности организации. Отражение в видении, миссии и ценностях организации интересов заинтересованных лиц (стейкхолдеров–собственников, менеджеров, работников, общества, потребителей). Стратегия и корпоративная культура. Подходы к формированию стратегии. Классификация стратегий. Базовые стратегии (ограниченного, интенсивного, интегрированного и диверсификационного роста) коммерческих и некоммерческих организаций, а также условия их применения. Основные характеристики стратегий достижения конкурентных преимуществ, лидерства по издержкам, дифференциации, фокусирования. Технологические, операционные, отраслевые, портфельные, функциональные стратегии организации. Стратегия социального развития общества (страны), территории (региона, города) и отрасли (предприятия). Особенности стратегий крупных и средних фирм, фирм малого бизнеса. Портфельные стратегии диверсифицированной компании. Стратегическая команда и стратегическое лидерство. Реализация стратегии и управление эффективностью бизнеса.
2	Роль коммуникаций в стратегическом развитии организации	Стейкхолдеры и организация коммуникаций с ними. Синхронизация внешней и внутренней коммуникации. Информационно-аналитические продукты для разных задач. Теория жизненного цикла организации: задачи в области коммуникаций

		на каждой стадии и цикле развития организации. Иерархия формирования и реализации стратегии развития организации.
3	Коммуникационная стратегия и политика организации	Стратегический процесс и процесс принятия стратегических решений. Методы стратегического планирования. Стратегический подход к планированию PR. Цели, стратегии и программы PR как производные стратегических целей организации. Коммуникационная политика. Модель стратегических коммуникаций Видаля—Вольфа. Модель стратегических коммуникаций DAEMON. Виды коммуникационных стратегий и типы организационных культур. Планирование, проведение и бюджет PR-кампании. Бриф на стратегическое планирование. Реализация программы и оценка ее эффективности. Варианты структуры рекламного отдела в зависимости от бизнес-задач компании, модели бренда, отрасли, структуры организации, типа рекламных активностей. Взаимодействие со смежными подразделениями, менеджмент ожиданий.
4	Внутренние коммуникации и корпоративная культура	Корпоративная культура, этический кодекс, корпоративные ценности, вовлеченность персонала. Внутренние коммуникации как функция в организации и ее содержание. Управление идеями и роль коммуникаций. Инструменты и каналы внутренних коммуникаций в организации. Корпоративные тренинги и обучение. Внутренняя коммуникационная среда. Работа с внутренним клиентом

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Стратегия и управление развитием	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Роль коммуникаций в стратегическом развитии организации	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Деловая игра Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3.	Коммуникационная стратегия и политика организации	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная	Лекция с использованием презентации Групповое обсуждение опорных вопросов Консультирование и проверка домашних

		<i>работа</i>	<i>заданий посредством электронной почты</i>
4.	Внутренние коммуникации и корпоративная культура	<i>Лекция 4.</i> <i>Семинар 4.</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием презентации</i> <i>Развернутая беседа</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-2)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 3-4)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		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

5.2 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 текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Перечень вопросов к контрольной работе

1. Место стратегического планирования в общем процессе разработки рекламной кампании.
2. Жизненный цикл организации.
3. Цель развития стратегического менеджмента
4. Стратегия и корпоративная культура.

5. Проблемы разработки стратегий.
6. Управление изменениями развития.
7. Подходы к формированию стратегии.
8. Корпоративные стратегии.
9. Стратегии бизнес-уровней.
10. Концепция управления знаниями.
11. Стратегическая команда и стратегическое лидерство.
12. Реализация стратегии и управление эффективностью бизнеса.
13. Стейкхолдеры и организация коммуникаций с ними. Синхронизация внешней и внутренней коммуникации.
14. Цели, стратегии и программы PR как производные стратегических целей организации.
15. Коммуникационная политика и модели стратегических коммуникаций.
16. Виды коммуникационных стратегий.
17. Планирование, проведение и бюджет PR-кампании.
18. Корпоративная культура, этический кодекс, корпоративные ценности, вовлеченность персонала.
19. Внутренние коммуникации: основные инструменты и каналы коммуникации в организации

Пример заданий к контрольной работе

Подготовка коммуникационных стратегий. Предусматривает выполнение магистрантами письменной работы, сочетающей различные форматы (презентация, электронные таблицы, текстовые файлы) согласно схемы, представленной на рис.1 и профессиональным стандартам, с которым ранее магистранты были ознакомлены на практических аудиторных занятиях.

Бриффы берутся из реальной практики деятельности коммуникационных агентств России

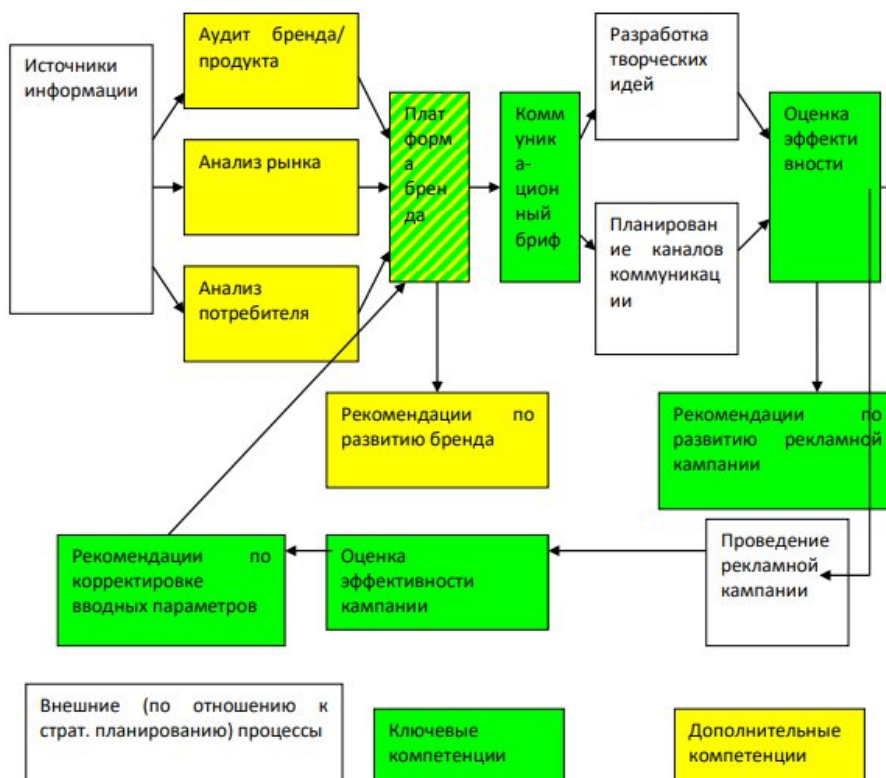


Рис. 1. Место стратегического планирования в общем процессе разработки рекламной кампании

Перечень дискуссионных тем

1. Коммуникация власти и бизнеса в условиях новых вызовов.

2. Культура в пространстве стратегических коммуникаций.
3. Режимы доступа к управлению стратегическими коммуникациями в корпорации.
4. Чем различаются понятия имидж и репутация организации?
5. Насколько возможно применение технологий искусственного интеллекта в коммуникациях?
6. Новые смыслы PR в современном мире?
7. Экологическая коммуникация как инструмент стратегической кооперации.
8. Современное иновещание как инструмент формирования имиджа государства.
9. Реклама и культура: субъектно-объектное взаимодействие.
10. Изменения в коммуникациях, произошедшие за последние 10, 5 лет, 3 года и за последний год.

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Стратегия: понятия и термины.
2. Видение, миссия и ценности организации.
3. Стейкхолдеры и их влияние на видение, миссию и ценности организации.
4. Стратегия и корпоративная культура.
5. Подходы к формированию стратегии.
6. Классификация стратегий. Базовые стратегии коммерческих и некоммерческих организаций, а также условия их применения.
7. Технологические, операционные, отраслевые, портфельные, функциональные стратегии организации.
8. Стратегия социального развития общества (страны), территории (региона, города) и отрасли (предприятия).
9. Особенности стратегий крупных и средних фирм, фирм малого бизнеса.
10. Портфельные стратегии диверсифицированной компании.
11. Стратегическая команда и стратегическое лидерство.
12. Реализация стратегии и управление эффективностью бизнеса.
13. Стейкхолдеры и организация коммуникаций с ними. Синхронизация внешней и внутренней коммуникации.
14. Информационно-аналитические продукты для разных задач.
15. Теория жизненного цикла организации: задачи в области коммуникаций на каждой стадии и цикле развития организации.
16. Иерархия формирования и реализации стратегии развития организации.
17. Стратегический процесс и процесс принятия стратегических решений. Методы стратегического планирования.
18. Стратегический подход к планированию PR. Цели, стратегии и программы PR как производные стратегических целей организации.
19. Коммуникационная политика.
20. Модель стратегических коммуникаций Видаля—Вольфа.
21. Модель стратегических коммуникаций DAEMON.
22. Виды коммуникационных стратегий и типы организационных культур.
23. Планирование, проведение и бюджет PR-кампании. Бриф на стратегическое планирование.
24. Реализация PR-кампании и оценка ее эффективности.
25. Функционирование рекламного отдела в зависимости от стратегических задач компании.
26. Корпоративная культура, этический кодекс, корпоративные ценности, вовлеченность персонала.
27. Внутренние коммуникации как функция в организации и ее содержание.
28. Управление идеями и роль коммуникаций.
29. Инструменты и каналы внутренних коммуникаций в организации.

30. Корпоративные тренинги и обучение.

31. Внутренняя коммуникационная среда. Работа с внутренним клиентом.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 361 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433251>

Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент: в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов; под ред. В. С. Абрамова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 270 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ЭБС Юрайт. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433585>

Литература

Основная

Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие. / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 320 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/go.php?id=1003258>

Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора: Пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/916078>

Остервальдер, А. Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры: Практическое пособие/ А. Остервальдер, Т. Кларк, И. Пинье. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018. - 258 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1003586>

Кузьмина, О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие: Профессиональное образование / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова - Москва: Издательский Центр РИОР, 2018 - 187 с. – Режим доступа: <http://new.znanium.com/go.php?id=953324>

Дополнительная

Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие: ВО - Бакалавриат / А.С. Чамкин - Москва: ООО "Научноиздательский центр ИНФРА-М", 2017 - 350 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=854756>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Российская ассоциация по связям с общественностью <https://www.raso.ru/>

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/>

Группа компаний ФОМ <http://fom-gk.ru/>

Информационно-аналитический портал гуманитарные технологии <http://gtmarket.ru/>

Журнал «Эксперт» <http://expert.ru/>

Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС). URL: <http://www.akospr.ru/>

Профессиональный PR-портал. URL: <http://www.sovetnik.ru>

Профессиональный PR-портал «Советник». URL: <http://www.sovetnik.ru>
 Технологический журнал для гуманитариев «Со-общение». URL: <http://www.soob.ru>
 Портал «Оптимальные коммуникации». URL: <http://jarki.ru/wpress/>
 Альманах «Дискурс-Пи». URL:
http://www.madipi.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=7&Itemid=2
 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

6.3 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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

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

8. 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.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Стратегия и управление развитием

Вопросы для обсуждения:

1. Определение понятию «стратегия».
2. Процесс разработки и реализации стратегии.
3. Основы бизнес-моделирования
4. Стратегия организации и коммуникационная стратегия.
5. Стратегическое и дорожное картирование развития организаций.

Список литературы:

Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие. / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 320 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/go.php?id=1003258>

Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора: Пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/916078>

Остервальдер, А. Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры: Практическое пособие/ А. Остервальдер, Т. Кларк, И. Пинье. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018. - 258 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1003586>

Кузьмина, О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие: Профессиональное образование / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова - Москва: Издательский Центр РИОР, 2018 - 187 с. – Режим доступа: <http://new.znanium.com/go.php?id=953324>

Тема 2. Роль коммуникаций в стратегическом развитии организаций

Вопросы для обсуждения:

1. Коммуникационное сопровождение изменений в компании.
2. Как соотносятся понятия «стратегическая коммуникация», «PR», интегрированные коммуникации, маркетинговые коммуникации, корпоративные коммуникации?
3. Понятия имидж и репутация организации и их стратегическое значение для бизнеса.
4. Стейкхолдеры и орган

Список литературы:

Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие. / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 320 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/go.php?id=1003258>

Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора: Пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/916078>

Остервальдер, А. Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры: Практическое пособие/ А. Остервальдер, Т. Кларк, И. Пинье. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018. - 258 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1003586>

Кузьмина, О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие: Профессиональное образование / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова - Москва: Издательский Центр РИОР, 2018 - 187 с. – Режим доступа: <http://new.znanium.com/go.php?id=953324>

Тема 3. Коммуникационная стратегия и политика организации.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие коммуникационного плана и коммуникационной стратегии. Составляющие коммуникационной стратегии.

2. Обязательные элементы структуры коммуникационной стратегии.
3. Основные этапы составления коммуникационной стратегии.
4. Обзор технологий оценки эффективности коммуникационной стратегии.

Список литературы:

Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие. / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 320 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/go.php?id=1003258>

Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора: Пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/916078>

Остервальдер, А. Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры: Практическое пособие/ А. Остервальдер, Т. Кларк, И. Пинье. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018. - 258 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1003586>

Кузьмина, О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие: Профессиональное образование / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова - Москва: Издательский Центр РИОР, 2018 - 187 с. – Режим доступа: <http://new.znanium.com/go.php?id=953324>

Тема 4. Внутренние коммуникации и корпоративная культура

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегический смысл внутренних коммуникаций в организации.
2. Корпоративная культура, этический кодекс, корпоративные ценности, вовлеченность персонала.
3. Уровни внутренних коммуникаций

Список литературы:

Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие. / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 320 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/go.php?id=1003258>

Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора: Пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/916078>

Остервальдер, А. Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры: Практическое пособие/ А. Остервальдер, Т. Кларк, И. Пинье. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018. - 258 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1003586>

Кузьмина, О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие: Профессиональное образование / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова - Москва: Издательский Центр РИОР, 2018 - 187 с. – Режим доступа: <http://new.znanium.com/go.php?id=953324>

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к написанию доклада

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста: – актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников:
 - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
 - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению:
 - правильное оформление ссылок на используемую литературу;
 - грамотность и культура изложения;
 - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
 - соблюдение требований к объему доклада;
 - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность:
 - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
 - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
 - литературный стиль.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
 - автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.
- Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.
- При выявлении заданий, выполненных самостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

9.3 Иные материалы

Не предусмотрено

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете туризма и гостеприимства, кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины - формирование у студентов знаний теории, принципов и основ планирования стратегий и их обеспечения во внутренних коммуникациях.

Задачи дисциплины:

- Сформировать систему знаний о закономерностях, специфике и феномене стратегий внутренних коммуникаций;
- Сформировать представление о современных технологиях в области внутренних коммуникаций
- Сформировать систему знаний, необходимых для анализа роли лидерской компоненты при принятии управленческого решения.

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

УК-2.1 - Разрабатывает концепцию проекта, определяет его цели и задачи

УК-2.2 - Разрабатывает и реализует проект в соответствии со своей ролью

УК-3.3 - Контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы

ОПК-1.2 - Определяет меры по внедрению технологических новаций в деятельность организаций сферы сервиса

ОПК-1.3 - Демонстрирует умение работать с основными с программными продуктами в профессиональной сфере

ОПК-4.1 - Применяет технологии маркетинговых исследований рынка в сфере сервиса

ОПК-4.2 - Формулирует основные направления работ по разработке маркетинговых стратегий и программ предприятий в сфере сервиса

ОПК-4.3 - Понимает технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций, в том числе с использованием возможностей сети Интернет

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать: структуру внутренней коммуникации

Уметь: адаптировать имеющиеся знания под специфику внутренней коммуникации

Владеть: навыками формирования концепции внутренних коммуникаций

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.