

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной и научной работе

Дата подписания: 13.09.2023 12:14:36

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Корпоративная коммуникация / Corporate Communication

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Теория коммуникации и международные связи с общественностью/
Communications and International Public Relations

Квалификация

Магистр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

экзамен 1

аудиторные занятия

51

самостоятельная работа

21

часов на контроль

36

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 1 (1.1) | | Итого | |
|---|---------|-----|-------|-----|
| | уп | рп | уп | рп |
| Неделя | 18 | | | |
| Вид занятий | уп | рп | уп | рп |
| Лекции | 17 | 17 | 17 | 17 |
| Практические | 34 | 34 | 34 | 34 |
| Итого ауд. | 51 | 51 | 51 | 51 |
| Контактная работа | 51 | 51 | 51 | 51 |
| Сам. работа | 21 | 30 | 21 | 30 |
| Часы на контроль | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Итого | 108 | 117 | 108 | 117 |

Программу составил(и):

кфмн, Препод., Кибкало Мария Александровна

Рабочая программа

Корпоративная коммуникация / Corporate Communication

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - магистратура Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 45.04.02 ЛИНГВИСТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА, 45.04.02-МЛГ-23-1.plx Теория коммуникации и международные связи с общественностью/ Communications and International Public Relations, утвержденного Ученым советом НИТУ МИСИС в составе соответствующей ОПОП ВО 22.06.2023, протокол № 5-23

Утверждена в составе ОПОП ВО:

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА, Теория коммуникации и международные связи с общественностью/ Communications and International Public Relations, утвержденной Ученым советом НИТУ МИСИС 22.06.2023, протокол № 5-23

Рабочая программа одобрена на заседании

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Протокол от 17.06.2020 г., №10

Руководитель подразделения Бондарева Л.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

| | |
|-----|---|
| 1.1 | овладение необходимыми теоретическими познаниями и навыками работы по организации эффективных корпоративных связей с общественностью, созданию благоприятного информационного климата вокруг организации, а также мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации. Основное внимание в курсе уделено созданию у студента магистратуры целостной картины работы специалиста по корпоративным связям с общественностью. |
|-----|---|

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

| | | |
|----------|---|------|
| Блок ОП: | | Б1.В |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: | |
| 2.2 | Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: | |
| 2.2.1 | Научно-исследовательская работа | |
| 2.2.2 | Межличностная психология / Interpersonal psychology | |
| 2.2.3 | Учебная (консультационная) практика | |
| 2.2.4 | Научно-исследовательская практика | |
| 2.2.5 | Основы коучинга / Introduction to coaching | |
| 2.2.6 | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы | |
| 2.2.7 | Производственная практика (педагогическая) | |

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

| | |
|---|--|
| ПК-3: Способен выявлять источники возникновения конфликтных ситуаций в межкультурной и профессиональной коммуникации, выявлять и устранять причины дискommunikации в конкретных ситуациях межкультурного профессионального взаимодействия | |
| Знать: | |
| ПК-3-31 профессиональные и этические требования, предъявляемых к специалисту по связям с общественностью, работающему в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях | |
| ПК-5: Способен определять цели и задачи исследования, выбирать методологию и инструменты, планировать работу, осуществлять поиск информации, обрабатывать, структурировать и оформлять результаты исследования, формулировать выводы и рекомендации, оценивать соответствие результатов анализа целям и задачам исследования, представлять результаты исследования в виде устной презентации и письменного научного текста на английском языке | |
| Уметь: | |
| ПК-5-У1 использовать в познавательной и исследовательской деятельности знание теоретических основ и практических методик решения профессиональных задач | |
| ПК-5-У2 использовать понятийный аппарат межкультурной коммуникации для решения профессиональных задач | |
| ПК-3: Способен выявлять источники возникновения конфликтных ситуаций в межкультурной и профессиональной коммуникации, выявлять и устранять причины дискommunikации в конкретных ситуациях межкультурного профессионального взаимодействия | |
| Уметь: | |
| ПК-3-У1 разрабатывать коммуникационную стратегию организации на основе проведенного исследования собранной информации | |
| Владеть: | |
| ПК-3-В1 навыком использования методов коммуникационного аудита | |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Формируемые индикаторы компетенций | Литература и эл. ресурсы | Примечание | КМ | Выполняемые работы |
|-------------|--|----------------|-------|------------------------------------|--------------------------|------------|----|--------------------|
| | Раздел 1. Принципы и методы управления корпоративными связями с общественностью | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---------------------------------|-------------|--|---------|-------|
| 1.1 | Принципы и методы управления корпоративными связями с общественностью /Лек/ | 1 | 2 | ПК-3-31 | Л1.1Л2.1 | | | |
| 1.2 | Дать определение корпоративному общению, перечислить его функции. Назвать ключевые роли PR-менеджера /Пр/ | 1 | 8 | ПК-3-31 ПК-3-У1 | Л1.1Л2.1 | | КМ2,КМ1 | |
| 1.3 | Самостоятельное изучение литературы и рекомендованных открытых источников, работа над курсовым проектом, подготовка к контрольной работе /Ср/ | 1 | 6 | ПК-5-У1 ПК-5-У2 ПК-3-31 ПК-3-В1 | Л1.1Л2.1 Э1 | | | Р3 |
| Раздел 2. Управление коммуникацией с клиентами | | | | | | | | |
| 2.1 | Принципы управления коммуникацией с клиентами /Лек/ | 1 | 2 | ПК-3-31 | Л1.1Л2.1 | | | |
| 2.2 | Интегрированные маркетинговые коммуникации: почему они появились и какое имеют значение? Корпоративные каналы связи и инструменты: краткий обзор каждого из них /Пр/ | 1 | 7 | ПК-3-31 ПК-3-У1 | Л1.1Л2.1 | | КМ1 | |
| 2.3 | Самостоятельное изучение литературы и рекомендованных открытых источников, работа над курсовым проектом, подготовка реферата /Ср/ | 1 | 7 | ПК-5-У1 ПК-5-У2 ПК-3-31 ПК-3-В1 | Л1.1Л2.1 Э1 | | | Р2,Р3 |
| Раздел 3. Управление коммуникацией с прессой | | | | | | | | |
| 3.1 | Принципы управления коммуникацией с прессой /Лек/ | 1 | 4 | ПК-3-31 | Л1.1Л2.1 | | | |
| 3.2 | Виды и методы взаимодействия со СМИ. Можем ли мы контролировать материалы в СМИ? Документы для СМИ: виды и функции. События для СМИ: виды, отличия друг от друга, цели. /Пр/ | 1 | 7 | ПК-3-31 ПК-3-У1 | Л1.1Л2.1 | | КМ1 | |
| 3.3 | Самостоятельное изучение литературы и рекомендованных открытых источников, работа над курсовым проектом, подготовка презентации курсового проекта /Ср/ | 1 | 7 | ПК-5-У1 ПК-5-У2 ПК-3-31 ПК-3-В1 | Л1.1Л2.1 Э1 | | | Р1,Р3 |
| Раздел 4. Управление системой внутрикорпоративной коммуникации | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---------------------------------|-------------|--|-----|-------|
| 4.1 | Принципы управления системой внутрикорпоративной коммуникации /Лек/ | 1 | 4 | ПК-3-31 | Л1.1Л2.1 | | | |
| 4.2 | Рассмотреть персонал как целевую группу общественности корпоративной коммуникации /Пр/ | 1 | 5 | ПК-3-31 ПК-3-У1 | Л1.1Л2.1 | | КМ2 | |
| 4.3 | Самостоятельное изучение литературы и рекомендованных открытых источников, работа над курсовым проектом, подготовка к контрольной работе /Ср/ | 1 | 6 | ПК-5-У1 ПК-5-У2 ПК-3-31 ПК-3-В1 | Л1.1Л2.1 Э1 | | | Р3,Р1 |
| Раздел 5. Управление коммуникацией в условиях кризиса | | | | | | | | |
| 5.1 | Принципы управления коммуникацией в условиях кризиса /Лек/ | 1 | 5 | ПК-3-31 | Л1.1Л2.1 | | | |
| 5.2 | Назвать технологии коммуникационной работы в кризисной ситуации /Пр/ | 1 | 7 | ПК-3-31 ПК-3-У1 | Л1.1Л2.1 | | КМ1 | |
| 5.3 | Самостоятельное изучение литературы и рекомендованных открытых источников, завершение работы над курсовым проектом, подготовка финальной презентации курсового проекта /Ср/ | 1 | 4 | ПК-5-У1 ПК-5-У2 ПК-3-31 ПК-3-В1 | Л1.1Л2.1 Э1 | | | Р3,Р1 |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки

| Код КМ | Контрольное мероприятие | Проверяемые индикаторы компетенций | Вопросы для подготовки |
|--------|-------------------------|------------------------------------|--|
| КМ1 | Портфолио | ПК-3-У1 | Аналитическая записка по результатам анализа корпоративных интернет ресурсов Разработка дорожной карты по реализации коммуникационной стратегии |
| КМ2 | Контрольная работа | ПК-3-31 | по темам семестра |

| | | | |
|-----|---------|-----------------|--|
| КМ3 | Экзамен | ПК-3-У1;ПК-3-31 | <p>Список экзаменационных вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate communication: definition, subjects, functions. Key roles of a PR-manager. 2. Corporate identity, reputation and image: definition, key principles, functions and difference from each other. 3. The 4P Model. Elements of "Promotion" block. 4. Integrated marketing communication: why has it appeared and what does it mean? 5. PR-communication strategy. SOSTAC and RACE models. Elements of "Strategy" block. 6. Investigation in a PR campaign: what can we measure and how? 7. Goals of corporate communication. SMART model. Correlation with business goals and mission. 8. Types of target audiences in corporate communication. What parameters can we measure and why is it important? What is a target client portrait and prototype? 9. Corporate communication channels and tools. Short overview of each of them. 10. Media as a target audience and communication channel. Types and methods of collaboration with the media. Can we control materials in the media? 11. Documents for the media: types and functions. 12. Events for the media: types, difference from each other, purposes. 13. Tactics in PR-communication. Gantt chart. 14. Evaluation of PR campaigns: main methods and criteria. What can we guarantee to a client as PR professionals? 15. Communication with government: goals, tools, main principles. 16. Communication with nonprofit organizations: goals, tools, main principles. 17. Communication with investors: goals, tools, main principles. 18. What is Web 2.0? Types of social media. What are the main types of social media for PR communication? 19. Main principles and tools of communication in social media. 20. Methods of promotion in social media. 21. What is content marketing? When is it effective? What are the channels of information distributing in content marketing? 22. Types of partners in communication. How to attract a partner for PR collaboration? What factors for effective collaboration are important? 23. Types of publications in media. How to create effective newsbreaks? |
|-----|---------|-----------------|--|

5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)

| Код работы | Название работы | Проверяемые индикаторы компетенций | Содержание работы |
|------------|----------------------------------|------------------------------------|--|
| P1 | Курсовой проект | ПК-3-В1;ПК-5-У2;ПК-5-У1;ПК-3-31 | Проведение коммуникационного аудита организации |
| P2 | Реферат | ПК-3-31 | по выбору студента и согласованию с преподавателем |
| P3 | Чтение дополнительной литературы | | по выбору студента и согласованию с преподавателем |

5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

Экзамен проходит устно, состоит из ответа на два теоретических вопроса по курсу и дополнительные вопросы экзаменатора (см. приложение)

Вопросы для подготовки:

1. Corporate communication: definition, subjects, functions. Key roles of a PR-manager.
2. Corporate identity, reputation and image: definition, key principles, functions and difference from each other.
3. The 4P Model. Elements of "Promotion" block.
4. Integrated marketing communication: why has it appeared and what does it mean?
5. PR-communication strategy. SOSTAC and RACE models. Elements of "Strategy" block.
6. Investigation in a PR campaign: what can we measure and how?
7. Goals of corporate communication. SMART model. Correlation with business goals and mission.
8. Types of target audiences in corporate communication. What parameters can we measure and why is it important? What is a target client portrait and prototype?
9. Corporate communication channels and tools. Short overview of each of them.
10. Media as a target audience and communication channel. Types and methods of collaboration with the media. Can we control materials in the media?
11. Documents for the media: types and functions.
12. Events for the media: types, difference from each other, purposes.
13. Tactics in PR-communication. Gantt chart.
14. Evaluation of PR campaigns: main methods and criteria. What can we guarantee to a client as PR professionals?
15. Communication with government: goals, tools, main principles.
16. Communication with nonprofit organizations: goals, tools, main principles.
17. Communication with investors: goals, tools, main principles.
18. What is Web 2.0? Types of social media. What are the main types of social media for PR communication?
19. Main principles and tools of communication in social media.
20. Methods of promotion in social media.
21. What is content marketing? When is it effective? What are the channels of information distributing in content marketing?
22. Types of partners in communication. How to attract a partner for PR collaboration? What factors for effective collaboration are important?
23. Types of publications in media. How to create effective newsbreaks?

5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)

В течение семестра студент получает баллы за выполненные задания. Итоговая оценка по дисциплине осуществляется посредством конвертации итогового балла (процента) в оценку по следующей схеме:

51 - 69 % - удовлетворительно

70 - 84% - хорошо

85 - 100% - отлично

Семестровый балл - минимум 36

Экзаменационный балл - минимум 16

Портфолио - 20 баллов

Курсовой проект - 30 баллов

Реферат - 10 баллов

Тест - 10 баллов

Экзамен - 30 баллов

Критерии:

1. Оценивается уровень построения логических связей и выводов на основе знаний, полученных из материалов курса.
2. Оценивается уровень усвоенности и понимания материалов курса, а также владения профильной терминологией.
3. Оценивается уровень самостоятельной и командной работы в рамках решения коммуникационных кейсов.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
|------|---------------------|---|------------------------|---|
| Л1.1 | Худоренко Е. А. | Коммуникационные технологии международных корпораций: учебное пособие | Электронная библиотека | Москва: Евразийский открытый институт, 2011 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
|--|---------------------|----------|------------|-------------------|
|--|---------------------|----------|------------|-------------------|

| | | | | |
|---|--|--|---|---------------------|
| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
| Л2.1 | Персикова Т. Н. | Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие | Электронная библиотека | Москва: Логос, 2008 |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | | | |
| Э1 | Корпоративная коммуникация (LMS Canvas) | | https://lms.misis.ru/ | |
| 6.3 Перечень программного обеспечения | | | | |
| П.1 | LMS Canvas | | | |
| 6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных | | | | |
| И.1 | Public Relations Review. Elsevier. http://www.sciencedirect.com/science/journal/03638111 | | | |

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

| Ауд. | Назначение | Оснащение |
|---------------------------------------|--|--|
| Любой корпус Мультимедийная | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий: | комплект учебной мебели до 36 мест для обучающихся, мультимедийное оборудование, магнитно-маркерная доска, рабочее место преподавателя, ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus |
| Любой корпус Мультимедийная | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий: | комплект учебной мебели до 36 мест для обучающихся, мультимедийное оборудование, магнитно-маркерная доска, рабочее место преподавателя, ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus |
| Читальный зал №3 (Б) | | комплект учебной мебели на 44 места для обучающихся, МФУ Xerox VersaLink B7025 с функцией масштабирования текстов и изображений, 8 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus. |
| Читальный зал №4 (Б) | | комплект учебной мебели на 20 рабочих мест, компьютеры с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета |
| Читальный зал электронных ресурсов | | комплект учебной мебели на 55 мест для обучающихся, 50 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus. |

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Освоение дисциплины предполагает включение в учебный процесс лекций, практических занятий и самостоятельной аудиторной и внеаудиторной работы студентов. Лекции предлагаются в мультимедийном формате, что дает возможность комплексного представления материала. В учебном процессе используются аналитический, проблемный, наглядно-информативный типы лекций. В ходе самостоятельной аудиторной и внеаудиторной работы студенты проводят анализ, компаративные исследования кейсов, готовят проект, связанный с изучаемой сферой, с презентацией результатов в группе. Курс предполагает включение мастер-классов специалистов-практиков, работающих в сфере корпоративных связей с общественностью.