

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций**

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: qppSv2mkbB9ajjubhl/pGQHNVOcpPL07
Дата: 20.03.2025 г.

Н. Н. Симонович

Внутрикорпоративные коммуникации

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа:

Реклама и связи с общественностью

Профиль

Медиаинновации

Рекомендовано

Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

(протокол №52 от 23.04.2025)

Одобрено

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса

(протокол №09 от 09.04.2025)

Москва 2025

Содержание

Наименование разделов РПД		Стр.
1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	7
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1.	Содержание дисциплины	7
5.2.	Учебно-тематический план	9
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	10
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	12

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	14
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	15
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	23
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	26
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	26

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	26

1. Наименование дисциплины

«Внутрикорпоративные коммуникации».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения
ПКП-4	Способность управлять проектной деятельностью по разработке и тестированию творческих и креативных решений для коммуникационной продукции в соответствии с потребностями общества	Применяет процедуру фасилитации для развития способностей команды медиапроекта в разработке и принятии решений	Знать: Инструменты взаимодействия с внутренней общественностью Уметь: Разрабатывать различные формы коммуникативного воздействия с внутренней общественностью
		Координирует решения по развитию медиапродукта и развитию потребителей медиа	Знать: Принципы построения внутренних коммуникаций Уметь: Выбирать конкретную модель корпоративной культуры для достижения цели организации
		Организует работу по тестированию и корректировке прототипа медиапродукта	Знать: Основные направления внутренних коммуникаций, их особенности

			и специфику Уметь: Организовывать систему коммуникаций в организации, обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований
ПКП-5	Способность изменять существующие и создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий	Анализирует действующие бизнес-модели и бизнес-процессы медиапроекта	Знать: Цели и задачи внутрикорпоративных коммуникаций Уметь: Применять инновационный подход при разработке проектов
		Разрабатывает проект организационных изменений для развития медиа	Знать: Технологии и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций Уметь: Определять "узкие места" корпоративной культуры
		Реализует коммуникационное сопровождение проекта изменений для развития медиа	Знать: Особенности внутренних коммуникаций в период изменений Уметь: Выбирать конкретные технологии и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций

			для решения поставленных задач
--	--	--	--------------------------------

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Внутрикорпоративные коммуникации» относится к «Профилю "Медиаинновации"»

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	7/252	252
Контактная работа - Аудиторные занятия	50	50
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	42	42
Самостоятельная работа	202	202
Вид текущего контроля	Контрольная работа;	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Экзамен;	Экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Внутрикорпоративные коммуникации: основные понятия, определения, принципы

Понятие термина "внутрикорпоративная коммуникация". Виды внутрикорпоративных коммуникаций: горизонтальные, вертикальные, неформальные. Корпоративная коммуникация как функция, процесс и продукт процесса. Корпоративная коммуникация как вид управленческих отношений. Внешняя и внутренняя среда корпоративной коммуникации. Субъект и объект внутрикорпоративных коммуникаций. Типы коммуникационных сетей: первичные, вторичные. Коммуникативные барьеры в коммуникации и стратегии их преодоления. Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций.

Тема 2. Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций

Каналы и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций: информационные, аналитические, коммуникативные и организационные. Корпоративный сайт как каналы внутренней коммуникации. Система внутренних коммуникаций. Корпоративные издания, сайт, мессенджеры как каналы внутренней коммуникации. Развитие информационной активности сотрудников: организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций, организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии компании. Формирование коллективных представлений сотрудников компании. Специальные мероприятия как инструмент внутрикорпоративной коммуникации. Социальные программы, благотворительность, экологические проекты, волонтерство.

Тема 3. Внутрикорпоративные мероприятия: основные виды

Понятие и виды внутрикорпоративных коммуникаций. Преимущества внутрикорпоративных мероприятий. Развлекательные внутрикорпоративные мероприятия. Обучающие внутрикорпоративные мероприятия. Организационные внутрикорпоративные мероприятия. Благотворительные мероприятия. Принципы планирования и организации внутрикорпоративных мероприятий. Принципы освещения внутрикорпоративных мероприятий во внутренних и массовых источниках информации. Корпоративные мероприятия как информационный повод для СМИ

Тема 4. Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации

Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями. Этапы построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций. Процесс построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций. Разработка внутрикорпоративной стратегии компании; проектирование коммуникационных программ. Реализация коммуникационной стратегии: правила предоставления корпоративной информации; информационные поводы. Оценка эффективности внутрикорпоративных коммуникаций.

Тема 5. Кризисное коммуникационное управление

Этапы кризисного коммуникационного управления. Разработка плана кризисного коммуникационного управления. Стратегии коммуникации во время кризиса (прозрачность, эмпатия, активное слушание, предоставление регулярных обновлений и управление ожиданиями заинтересованных сторон). Медиа и общественные отношения в кризисе. Оценка эффективности кризисного коммуникативного управления.

5.2. Учебно-тематический план

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа		Семинары, практические занятия	Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции		
1	Внутрикорпоративные коммуникации: основные	49	9	1	8	40

	понятия, определения, принципы					
2	Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций	49	9	1	8	40
3	Внутрикорпоративные мероприятия: основные виды	50	10	2	8	40
4	Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации	50	10	2	8	40
5	Кризисное коммуникационное управление	54	12	2	10	42
	Итого	252	50	8	42	202

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
--	--	--------------------------

Внутрикорпоративные коммуникации: основные понятия, определения, принципы	Понятие терминов "корпоративная коммуникация" и "внутрикорпоративная коммуникация" Корпоративная коммуникация как вид управленческих отношений Виды внутрикорпоративных коммуникаций: горизонтальные, вертикальные неформальные Коммуникативные барьеры в коммуникации и стратегии преодоления	Анализ кейсов, ролевая игра, групповая дискуссия
Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций	Инструменты внутрикорпоративных коммуникаций: информационные, аналитические, коммуникативные и организационные Специальные мероприятия как инструмент внутрикорпоративной коммуникации Официальные и неофициальные (неформальные) внутрикорпоративные коммуникации	Анализ кейсов, ролевая игра, групповая дискуссия
Внутрикорпоративные мероприятия: основные виды	Понятия и виды внутрикорпоративных мероприятий Принципы планирования и организации внутрикорпоративных мероприятий	групповая дискуссия, решение ситуационных задач

	Корпоративные мероприятия как информационный повод для СМИ	
Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации	Процесс построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций Разработка коммуникационной стратегии компании Условия построения эффективной системы внутренних коммуникаций	Ролевая игра, анализ кейсов, групповая дискуссия
Кризисное коммуникационное управление	Этапы кризисного управления Разработка плана кризисного коммуникативного управления Стратегии коммуникации во время кризиса	Проектная работа, анализ мини- кейсов, групповая дискуссия

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Внутрикорпоративные коммуникации: основные понятия, определения, принципы	1. Теоретические основы внутрикорпоративных коммуникаций 2. Значение	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме;

	коммуникаций в организации3. Коммуникация и социально-психологический климат в коллективе	поиск информации в сети интернет по заданной теме
Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций	1. Типы инструментов внутрикорпоративной коммуникации2. Технологии внутрикорпоративных коммуникаций 3. Особенности эффективного инструмента коммуникации	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; поиск информации в сети интернет по заданной теме
Внутрикорпоративные мероприятия: основные виды	1. Виды внутрикорпоративных мероприятий2. Форматы корпоративных мероприятий3. Принципы планирования и организации внутрикорпоративных мероприятий	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; поиск информации в сети интернет по заданной теме
Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации	1. Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями2. Процесс построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций3. Программа построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; поиск информации в сети интернет по заданной теме
Кризисное коммуникационное управление	1. Подготовка информации для рассылок во время кризиса2. Разработка систем оповещения сотрудников в случае возникновения нестандартных ситуаций3.	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; поиск информации в сети интернет по заданной теме

	Распределение обязанностей среди сотрудников в случае возникновения кризисной ситуации	
--	--	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

1. Виды внутрикорпоративных коммуникаций
2. Коммуникативные барьеры в коммуникации и стратегии их преодоления
3. Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций
4. Организация внутрикорпоративного пространства
5. Организационные инструменты внутрикорпоративной коммуникации
6. Информационные инструменты внутрикорпоративной коммуникации
7. Аналитические инструменты внутрикорпоративной коммуникации
8. Коммуникативные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций
9. Средства продвижения информации в системе в системе внутрикорпоративных коммуникаций
10. Принципы составления программ исследования внутрикорпоративного коммуникативного пространства
11. Корпоративная культура: определение, ее основные атрибуты, структура и уровни
12. Типология корпоративных структур
13. Инструменты управления корпоративной культурой
14. Методы и этапы формирования корпоративной идентичности

15. Имидж как инструмент формирования корпоративной идентичности
16. Фирменный стиль как инструменты формирования корпоративной идентичности
17. Основные принципы коммуникации с сотрудниками
18. Технология проведения информационной кампании для сотрудников
19. Внутрикorporативные коммуникационные кампании: особенности, значение
20. Критерии эффективности корпоративных событий (events)
21. Разработка корпоративных ценностей и правил поведения
22. Условия построения эффективной системы внутренних коммуникаций
23. Этапы построения эффективной системы внутрикorporативных коммуникаций
24. Этапы кризисного коммуникативного управления
25. Стратегии коммуникации во время кризиса
26. Оценка эффективности кризисного коммуникативного управления

Дополнительная информация:

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2.

Перечень планируемых результатов освоения образовательной

программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

ПКП-4 Способность управлять проектной деятельностью по разработке и тестированию творческих и креативных решений для коммуникационной продукции в соответствии с потребностями общества

1) Применяет процедуру фасилитации для развития способностей команды медиапроекта в разработке и принятии решений

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Инструменты взаимодействия с внутренней общественностью

Уметь: Разрабатывать различные формы коммуникативного воздействия с внутренней общественностью

Типовые контрольные задания

Перечень вопросов:

1. Методы генерирования идей в корпоративных коммуникациях
2. Роль лидеров и топ-менеджмента в организации внутрикорпоративных коммуникаций
3. Культура доверия в корпоративных коммуникациях

2) Координирует решения по развитию медиапродукта и развитию потребителей медиа

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Принципы построения внутренних коммуникаций

Уметь: Выбирать конкретную модель корпоративной культуры для достижения цели организации

Типовые контрольные задания

Задание

Определите эффективность информационно-коммуникационной работы в организации N

1. Информирован ли персонал о стратегии организации и ближайших планах развития?
2. Знают ли сотрудники о наиболее важных событиях для организации в прошлом году?
3. Доверяют ли в организации N слухам?

3) Организует работу по тестированию и корректировке прототипа медиапродукта

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Основные направления внутренних коммуникаций, их особенности и специфику

Уметь: Организовывать систему коммуникаций в организации, обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований

Типовые контрольные задания

Задание

Разработать план создания системы внутрикорпоративных коммуникаций (на этапе становления фирмы)

ПКП-5 Способность изменять существующие и создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий

1) Анализирует действующие бизнес-модели и бизнес-процессы медиапроекта

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Цели и задачи внутрикорпоративных коммуникаций

Уметь: Применять инновационный подход при разработке проектов

Типовые контрольные задания

Задание

Проанализировать практику действующей компании по организации внутрикорпоративного информационного отдела, построения внутрикорпоративной информации

2) Разрабатывает проект организационных изменений для развития медиа

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Технологии и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций

Уметь: Определять «узкие места» корпоративной культуры

Типовые контрольные задания

Задание

Перечислите с какими препятствиями может столкнуться организация, создавая качественное коммуникационное пространство

3) Реализует коммуникационное сопровождение проекта изменений для развития медиа

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Особенности внутренних коммуникаций в период изменений

Уметь: Выбирать конкретные технологии и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций для решения поставленных задач

Типовые контрольные задания

Задание

Укажите причины, по которым иногда пренебрегают внутрикорпоративными коммуникациями.

Что может снизить эффективность функционирования системы внутрикорпоративных коммуникаций?

Примеры практико-ориентированных заданий

1. Ситуативный кейс "Ошибки внутрикорпоративных коммуникаций"

Исходная ситуация. Крупное предприятие закупило наборы шоколадных конфет в качестве новогодних подарков своим сотрудникам. Когда "осчастливленные" сотрудники открыли коробки с конфетами, их взору предстали "седой" от времени шоколад и открытка на немецком языке, поздравляющая персонал с позапрошлым новым годом. Можно представить себе, как было испорчено настроение у людей перед Новым годом.

Задание:

-Предложите коммуникативные решения, направленные на исправление сложившейся ситуации и восстановления лояльности сотрудников.

-Сформулируйте информационные сообщения для руководства организации.

-Предложите наиболее оптимальные каналы распространения данных сообщений.

- Обоснуйте свою позицию.

2. Кейс "Построение системы внутренних коммуникаций"

Клиент "Сбер"

Исходная ситуация.

В компании решили пересмотреть подход к системе внутренних коммуникаций, сделав ее более эффективной и помогающей бизнесу.

Задача.

В "Сбер" решили повысить качество и эффективность внутренних коммуникаций. Новая стратегия предполагает, что внутриком будет

выполнять не только сервисную, но и стратегическую функцию, которая поможет достижению бизнес-целей компании.

Задачу по переработке системы внутренних коммуникаций поделили на этапы:

1. Проанализировать существующие каналы и определить необходимость новых
 2. Провести исследование ЦА
 3. Описать идеологию внутренних коммуникаций в компании
 4. Разработать систему внутренних коммуникаций, включая матрицу коммуникаций
3. Ситуационный кейс "Создание системы внутренних коммуникаций"

Клиент Строительный торговый дом "Петрович"

Ситуация.

В 2023 году HR-команда "Петровича" решила трансформировать подход к системе внутренних коммуникаций. Так как это большая компания, в которой работает более семи тысяч сотрудников, хотелось наладить взаимодействие между отделами, сотрудниками и руководством и просто между коллегами

Задача.

1. Главный канал коммуникаций для сотрудников - корпоративный портал. Но часть работников им недовольна: непонятная навигация, неудобный интерфейс, долго грузится, мало пользы и другие проблемы.
2. Информация не доносится вовремя, в нужном объеме и желаемом канале коммуникации
3. Информации недостаточно. Например, сотрудники хотели бы больше узнавать о стратегических целях компании. Только 43,6% сотрудников, прошедших опрос, сказали, что знают стратегические цели компании и могут легко их озвучить
4. Кейс "Создание видеоролика про внутрикорпоративную культуру"

Клиент группа "Иннотех"

Ситуация.

За два года компания выросла до 10.000 цифровых талантов из 160+ городов России. За это время сложилась дружественная корпоративная культура с заботой о сотрудниках. И поскольку развитие "Иннотех" продолжается, как и борьба за кадры в сфере IT, возникла необходимость показать компанию глазами новичков.

Задача.

Придумать еркативный сценарий и снять видеоролик, который вместо тысячи слов расскажет, почему новые сотрудники выбирают "Иннотех" в качестве работодателя и как проходит онбординг в компании

Примерные вопросы для подготовки к Экзамену

1. Понятие термина "корпоративная коммуникация". Корпоративная коммуникация как функция, процесс и продукт процесса
2. Роли специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью внутри организации
3. Управление персоналом и внутрикорпоративными связями с общественностью: общее и особенное
4. Разработка социального пакета и системы морального поощрения. Понятие социального пакета
5. Роль традиционных видов морального поощрения сотрудников в решении создания команды
6. Управление информационно-коммуникативными проектами во внутрикорпоративных связях
7. Модель RACE в системе управления информационно-коммуникативными проектами
8. Определение корпоративных ценностей, выработка стандартов
9. Виды корпоративных стандартов и их характеристика
10. Корпоративная культура как нематериальный актив компании

11. Корпоративные сувениры и подарки. Форма сотрудников и оформление интерьера
12. Виды внутрикорпоративных коммуникаций и их характеристика
13. Роль современных информационных технологий в создании единого информационного пространства
14. Корпоративные СМИ: газеты, журналы, электронные медиа, новостная лента на внутреннем портале
15. Коммуникативные барьеры в коммуникации и стратегии преодоления
16. Основные темы и принципы внутрикорпоративной информационной политики
17. Организация обратной связи в системе внутренних коммуникаций
18. Организационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций
19. Информационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций
20. Средства продвижения информации в системе внутрикорпоративных коммуникаций
21. Корпоративная культура: определение, ее основные атрибуты, структура и уровни
22. Типология корпоративных культур
23. Инструменты управления внутрикорпоративной коммуникацией
24. Технология проведения информационной кампании для сотрудников
25. Внутрикорпоративные коммуникационные кампании: особенности, значение
26. Критерии эффективности корпоративных событий (events)
27. Разработка корпоративных ценностей и правил поведения

28. Лояльность сотрудников организации: исследование проблемы, возникновение предпосылок нелояльности

29. Условия построения эффективной системы внутренних коммуникаций

30. Этапы построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций

Пример экзаменационного билета

1	Предложение термина «корпоративная коммуникация». Корпоративные коммуникации как функции, процессы и процессы производства	20 баллов
2	Модель RACE в системе управления информационно-коммуникативными проектами	20 баллов
3	Средства продвижения информации в системе внутрикорпоративных коммуникаций [if ! supportLineBreakNewLine]	20 баллов

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Ратников , Валентин Петрович Деловые коммуникации : учебник для вузов / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 450 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560029> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560029> ISBN 978-5-534-18744-1 : 2159.00

2. Орехов , Сергей Александрович Корпоративное управление : учебник для вузов / С. А. Орехов [и др.] ; под общей редакцией С. А. Орехова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 312 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/563464> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/563464> ISBN 978-5-534-05902-1 : 1569.00

3. Шунейко , Александр Альфредович Коммуникативный менеджмент : Учебное пособие / Комсомольский-на-Амуре государственный университет 1 Москва : Вузовский учебник , 2024 176 с. ВО - Магистратура <https://znanium.com/catalog/document?id=432347> ISBN 978-5-9558-0488-0 ISBN 978-5-16-104253-3 (электр. издание) ISBN 978-5-16-011804-8 (ISBN соиздателя)

Дополнительная литература:

1. Гойхман , Оскар Яковлевич Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : Учебное пособие / Российский новый университет ; Московский государственный юридический университет им. О.Е. Кутафина ; Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина 1 Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М" , 2025 229 с. (Высшее образование) ВО - Бакалавриат <https://znanium.ru/catalog/document?id=458198> ISBN 978-5-16-020687-5 ISBN 978-5-16-102396-9 (электр. издание)

2. Мини-курс по книге «Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks» : аудиокнига / Г. Бехар Москва : Альпина Паблишер , 2020 136.1 Мб : ; <https://finunivers.alpinadigital.ru/video/21784> ISBN + Текст : электронный

3. Демин , Данила Валерьевич Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений : Практическое пособие 3 , перераб. и доп. Москва : ООО "Альпина Паблишер" , 2022 138 с. Профессиональное образование <https://znanium.com/catalog/document?id=436647> ISBN 978-5-9614-6775-8

4. Таратухина , Юлия Валерьевна Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 254 с (Высшее образование) URL:

<https://urait.ru/bcode/560759> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560759> ISBN 978-5-534-17178-5 : 1319.00

5. Колесников , Анатолий Викторович Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 167 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/561198> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/561198> ISBN 978-5-534-02520-0 : 759.00

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>
4. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Пабlishер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
5. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
6. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся следует использовать методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом №1040/о от 11 мая 2021 года, и методические рекомендации кафедры.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

- Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Kaspersky
2. Microsoft Office (Windows)
3. Astra Linux
4. Libre Office

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)