

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Финансовый университет)

Новороссийский филиал

Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»



И.Г. Рзун

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 «Интегрированные коммуникации»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финансового университета протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

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	8
4.	Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	8
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	8
5.1.	Содержание дисциплины	9
5.2.	Учебно-тематический план	10
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	11
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	13

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	13
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	15
7.	Фондоценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	16
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	27
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	28
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	29
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	29

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	30

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-1	Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями и организации-объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации	Определяет задачи и методы диагностики коммуникаций организации-объекта	Знать: Принципы построения внутренних коммуникаций Уметь: Организовывать систему коммуникаций в организации
		Анализирует выявленные проблемы в коммуникациях организации-объекта	Знать: Основные направления внутренних компетенций, их особенности и специфику Уметь: Обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований
		Предлагает критерии и способы достижения целевого	Знать: Инструменты взаимодействия с организацией-объекта

		состояния коммуникаций организации-объекта	Уметь: Разрабатывать различные формы коммуникативного воздействия на организацию объекта
ПКП-2	Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом	Совершенствует процессы управления коммуникациями организации-объекта	Знать: Принципы и способы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре Уметь: Организовывать внутренние коммуникации
		Определяет ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты	Знать: Инструменты взаимодействия с организацией-объектом Уметь: Использовать инструменты PR для формирования корпоративной идентичности, лояльности персонала, позитивного имиджа компании в глазах сотрудников
		Координирует коммуникационную стратегию основной деятельности организации-	Знать: Принципы построения внутренних коммуникаций Уметь: Организовывать

		объекта	систему коммуникаций в организации-объекте, обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований
ПКП-3	Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций	Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей	Знать: Инструменты взаимодействия с организацией объектом Уметь: Проводить внутрикорпоративные исследования для диагностики организационной культуры, внутренних коммуникаций
		Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции	Знать: Принципы и способы организации производства мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Уметь: Организовывать внутренние коммуникации мероприятия
		Организует программы и проекты для системы интегрированных	Знать: Принцип и способы организации программ и проектов для системы

		коммуникаций	интегрированны ых коммуникаций Уметь: Организовывать программы и проекты, внутренние коммуникации и мероприятия
--	--	--------------	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (вз/еи часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	4/144	144
Контактная работа- Аудиторные занятия	68	68
Лекции	34	34
Семинары, практические занятия	34	34
Самостоятельная работа	76	76
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. Внутрикorporативные коммуникации: основные понятия, определения, принципы

Понятие термина "корпоративная 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 в внутрикорпоративных коммуникациях

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. Внутрикorporативные мероприятия: основные виды

Понятие и виды внутрикорпоративных мероприятий. Преимущества внутрикорпоративных мероприятий. Развлекательные внутрикорпоративные мероприятия. Обучающие

внутрикорпоративные мероприятия. Организационные внутрикорпоративные мероприятия. Благотворительные мероприятия. Принципы планирования и организации внутрикорпоративных мероприятий. Принципы освещения внутрикорпоративных мероприятий в внутренних 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 коммуникационной стратегии компании; проектирование коммуникационных программ. Реализация коммуникационной стратегии: правила предоставления корпоративной информации; информационные поводы. Оценка эффективности внутрикорпоративных коммуникаций

Тема 5. Кризисное коммуникативное управление

Этапы кризисного коммуникативного управления. Разработка плана кризисного коммуникативного 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

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в	Лекции	Семина	

	дисциплины		т.ч.:		ры, практические занятия	
1	Внутрикорпоративные коммуникации: основные понятия, определения, принципы	28	12	6	6	16
2	Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций	32	16	6	10	16
3	Внутрикорпоративные мероприятия : основные виды	34	16	10	6	18
4	Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации	26	12	6	6	14
5	Кризисное коммуникативное управление	24	12	6	6	12

	Итого	144	68	34	34	76
--	-------	-----	----	----	----	----

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	Понятия терминов "корпоративная коммуникация" и "внутрикорпоративная коммуникация" Корпоративная коммуникация как вид управленческих отношений Виды внутрикорпоративных коммуникаций: горизонтальные, вертикальные, неформальные Коммуникативные барьеры в коммуникации стратегии преодоления Источники 8,9	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	Анализ кейсов, групповая дискуссия

	коммуникации	
Внутрикорпоративные мероприятия: основные виды	Понятия и виды внутрикорпоративных мероприятий Принципы планирования и организации внутрикорпоративных мероприятий Корпоративные мероприятия как информационный повод для СМИ	групповая дискуссия, решение ситуационных задач
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 коммуникативное 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 коммуникаций в организации 3. Коммуникация и социально-психологический климат в коллективе	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; поиск информации в сети интернет по заданной теме
Инструменты и технологии внутрикорпоративных коммуникаций	1. Типы инструментов внутрикорпоративной коммуникации 2. Технологии внутрикорпоративных коммуникаций 3. Особенности эффективного инструмента коммуникации	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; подготовка практической работы; поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Внутрикорпоративные мероприятия : основные виды	1. Виды внутрикорпоративных мероприятий 2. Форматы корпоративных мероприятий 3. Принципы планирования и организации внутрикорпоративных мероприятий	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; подготовка практической работы; поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Построение эффективной системы внутрикорпоративной коммуникации	1. Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями 2. Процесс построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций 3.	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; поиск информации в сети Интернет по заданной теме

	Программа построения эффективной системы внутрикорпоративных коммуникаций	
Кризисное коммуникативное управление	1. Подготовка информации для рассылок во время кризиса 2. Разработка систем оповещения сотрудников в случае возникновения нестандартных ситуаций 3. Распределение обязанностей среди сотрудников в случае возникновения кризисной ситуации	работа с учебной, научной и справочной литературой; подготовка к дискуссии по теме; подготовка практической работы; поиск информации в сети Интернет по заданной теме

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 компании для сотрудников
19. Внутрикорпоративные коммуникационные компании: 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 внутрикорпоративных 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-1 Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации-объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации

1) Определяет задачи и методы диагностики коммуникаций организации-объекта

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

Знать: Принципы построения внутренних коммуникаций

Уметь: Организовывать систему коммуникации в организации

Типовые контрольные задания

Перечень вопросов

1. Что такое целевая аудитория в контексте корпоративных коммуникаций?

2. Какая из следующих задач входит в область внутрикорпоративных коммуникаций?

3. Что включает в себя стратегия корпоративных коммуникаций?

2) Анализирует выявленные проблемы в коммуникациях организации-объекта

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

Знать: Основные направления внутренних компетенций, их особенности и специфику

Уметь: Обеспечивать выбор эффективных средств коммуникации с учетом конкретных требований

Типовые контрольные задания

Задание

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

3) Предлагает критерии и способы достижения целевого состояния коммуникаций организации-объекта

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

Знать: Инструменты взаимодействия с организацией-объекта

Уметь: Разрабатывать различные формы коммуникативного воздействия на организацию объекта

Типовые контрольные задания

Задание

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

ПКП-2 Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом

1) Совершенствует процессы управления коммуникациями организации-объекта

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

Знать: Принципы и способы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре

Уметь: Организовывать внутренние коммуникации

Типовые контрольные задания

Задание

Изложите содержание какими критериями должен руководствоваться специалист в области внутрикорпоративных коммуникаций при подготовке сообщений для различных аудиторий

2) Определяет ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты

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

Знать: Инструменты взаимодействия с организацией-объектом

Уметь: Использовать инструменты PR для формирования корпоративной идентичности, лояльности персонала, позитивного имиджа компании в глазах сотрудников

Типовые контрольные задания

Задание

Определите эффективность информационно-коммуникационной работы в организации N

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

3) Координирует коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта

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

Знать: Принципы построения внутренних коммуникаций

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

Типовые контрольные задания

Разработайте концепцию сценария и информационное обеспечение корпоративного мероприятия: презентация, выставка (на выбор), юбилей организации, празднование Нового года.

ПКП-3 Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность выбора ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций

- 1) Рассчитывает потребность в доступных ресурсах для коммуникационных активностей

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

Знать: Инструменты взаимодействия с организацией объектом

Уметь: Проводить внутрикорпоративные исследования для диагностики организационной культуры, внутренних коммуникаций

Типовые контрольные задания

Задание

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

2) Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции

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

Знать: Принципы и способы организации производства и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Уметь: Организовывать внутренние коммуникации и мероприятия

Типовые контрольные задания

Задание

Укажите причины, по которым иногда пренебрегают внутрикорпоративными коммуникациями.

Что может снизить эффективность функционирования системы внутрикорпоративных коммуникаций?

3) Организует программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций

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

Знать: Принципы и способы организации программ и проектов для системы интегрированных коммуникаций

Уметь: Организовывать программы и проекты, внутренние коммуникации и мероприятия

Типовые контрольные задания

Перечень вопросов

1. Интегрированные технологии продвижения внутрикорпоративных коммуникаций
2. Методы генерирования идей в корпоративных коммуникациях
3. Организация пространственной среды в корпоративных коммуникациях

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 конфетами, их взор увидели "седой" от времени шоколад и открытка на немецком языке, поздравляющая персонал за прошлый Новый год. 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 семитысяч 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 внутреннюю корпоративную 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 заботой о сотрудниках. И поскольку развитие "Иннотех" продолжается, как и борьба за кадры в сфере IT, возникла необходимость показать компанию глазами новичков.

Задача.

Придумать креативный сценарий и снять видеоролик, который вместо тысяч 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. Корпоративная культура как нематериальный актив компании
12. Корпоративные сувениры и подарки. Форма сотрудников и оформление интерьера
13. Виды внутрикорпоративных коммуникаций и их характеристика
14. Роль современных информационных технологий в создании единого информационного пространства
15. Корпоративные СМИ: газеты, журналы, электронные медиа, новостная лента на внутреннем портале
16. Коммуникативные барьеры в коммуникации и стратегии преодоления
17. Основные темы и принципы внутрикорпоративной информационной политики
18. Организация обратной связи в системе внутренних коммуникаций
19. Организационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций

20. Информационные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций
21. Средства продвижения информации в системе внутрикорпоративных коммуникаций
22. Корпоративная культура: определение, ее основные атрибуты, структура и уровни
23. Типология корпоративных культур
24. Инструменты управления внутрикорпоративной коммуникацией
25. Технология проведения информационной кампании для сотрудников
26. Внутрикорпоративные коммуникационные компании: особенности, значение
27. Критерии эффективности корпоративных событий (events)
28. Разработка корпоративных ценностей и правил поведения
29. Лояльность сотрудников организации: исследование проблемы, возникновение предпосылок нелояльности
30. Условия построения эффективной системы внутренних коммуникаций
31. 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	20 баллов

	проектами	
3	Средства продвижения информации в системе внутрикорпоративных коммуникаций	20баллов

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-издательскийцентрИНФРА-М",2025229с.
(Высшее образование) ВО - Бакалавриат
<https://znanium.ru/catalog/document?id=458198>ISBN978-5-16-020687-5ISBN
978-5-16-102396-9(электр.издание)

2. Мини-курс по книге «Деловое 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. • Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
2. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) [http://elib.fa.ru/\(http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf\)](http://elib.fa.ru/(http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf))

3. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
4. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>
5. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
6. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
7. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.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, утвержденным Приказом №1040/о от 11 мая 2021 года, и методические рекомендации, разработанные кафедрой.

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. LibreOffice

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»

2. Информационно-правовая система «КонсультантПлюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

- 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)