



УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТИСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 25 » апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки

42.03.01. Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

бакалавр

(бакалавр, магистр)

Кафедра: экономики

Разработчики программы:

Кандидат пед. наук Ю.В. Казаченок

Программа обсуждена на заседании кафедры экономики
протокол № 6 от «23» марта 2023 г.

Заведующий кафедрой экономики

О.В. Зубкова

«23» марта 2023 г.

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
2.	ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
2.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине.....	3
2.2	Результаты освоения образовательной программы:	3
3.	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
4.	ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	4
5.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	4
5.1	Содержание дисциплины (модуля).....	4
5.2	Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий	6
6.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	8
7.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	9
8.	ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	10
9.	ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	11
10.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель:

сформировать у студентов практические умения и навыки в области организации взаимодействия субъектов экономики, общественных организаций, учреждений науки и культуры со средствами массовой информации, изучить коммуникативные формы и методы изучения социальной среды и воздействия на группы общественности.

Задачи:

- сформировать у студентов понимание о роли и месте внутренних коммуникаций в системе менеджмента организации;
- сформировать системный подход к выстраиванию системы внутренних коммуникаций в организации и работе с инструментами внутренних коммуникаций;
- освоить практические навыки работы с контентом корпоративных СМИ;
- выработать системный подход к оценке эффективности внутренних коммуникаций, навыки структурирования, анализа и работы с исследовательской информацией;
- сформировать набор знаний и умений для работы внутри мультикультурных организаций и управления мультикультурными командами;
- выработать умения использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций в организации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

Профессиональных компетенций и индикаторов их достижения

Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

2.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные концепции и ключевые проблемы теории организационных коммуникаций, ее методологические основы, цели и функции внутрифирменных коммуникаций в системе менеджмента компании;
- задачи, функции, виды, каналы и инструменты внутренних коммуникаций;
- тенденции и проблемы в развитии данной сферы.

Уметь:

- диагностировать, планировать, разрабатывать систему внутренних коммуникаций в соответствии с тактическими и стратегическими задачами развития компании,

Владеть:

- навыками принятия и реализации управленческих решений в сфере внутренних коммуникаций;
- навыками применения полученных знаний для решения конкретных управленческих задач.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «Внутренние коммуникации» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (**Б1.В.15**).

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Культурология», «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникаций» предшествует дисциплинам «Проектное управление» и др.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	3/108	-	3/108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	38		16
в том числе:		-	
Лекции	18	-	6
Семинары, практические занятия	18	-	10
Контактная работа на зачете	2	-	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	70	-	88
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Зачет (0)	-	Зачет (4)

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Коммуникации в организации

Сущность и виды коммуникаций. Коммуникация как функция управления организацией. Понятие организации. Коммуникативная среда организаций. Характеристики внешней и внутренней среды организации.

Тема 2. Внутренняя среда организации

Типы организационных структур – функциональные, дивизионные структуры, продуктовые, региональные структуры, структуры, ориентированные на покупателя, адаптивные структуры и пр. Бюрократия и демократия в организации. Стиль руководства и роль линейных руководителей и топ-менеджмента в успешных внутренних коммуникациях.

Тема 3. Внутренние целевые аудитории. Мотивации. Системы обратной связи

Внутреннее сегментирование сотрудников. Краткий обзор релевантных мотивационных теорий. Изменение восприятия важности соотношения карьеры и семейных ценностей на разных стадиях жизненного цикла. Системы обратной связи и их роль во внутренних коммуникациях.

Тема 4. Сущность внутренних коммуникаций в организации.

Понятие внутренние коммуникации. Цель и задачи и функции внутренних коммуникаций. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Структура внутренних коммуникаций. Инструменты построения коммуникации внутри организации (информационные, аналитические, коммуникативные, организационные).

Тема 5. Разновидности внутренних коммуникаций в организации.

Виды коммуникаций в организации. Межличностные коммуникации в организации. Современные коммуникационные технологии в организации. Алгоритм построения модели культуры организации. Коммуникации во время кризиса.

Тема 6. Коммуникативные процессы в организации.

Коммуникативный процесс: производство, мультипликация, распространение, приемы, распознавание, использование информации. Прохождение информации по элементам коммуникативной системы. Обеспечение процесса коммуникаций. Презентация товара. Типы презентации товаров и услуг. Реклама и продвижение в организации.

Тема 7. Нормы и принципы деловой коммуникации в организации.

Понятие деловая коммуникация. Формы деловой коммуникации (деловое совещание, пресс-конференция, деловые переговоры). Этические нормы и принципы делового общения. Этический кодекс.

Тема 8. Корпоративная культура в организации.

Корпоративная культура, ее сущность. Связь корпоративной и организационной культуры. Структурные элементы корпоративной культуры (материальные, духовные, знаково-символические). Типы корпоративной культуры. Виды корпоративных культур. Основные методы формирования корпоративной культуры. Корпоративные мероприятия. Разработка и принятие документов.

Тема 9. Корпоративная социальная ответственность в организации.

Понятие «корпоративная социальная ответственность». Компоненты КСО. Миссия. Факторы КСО. История развития КСО. Особенности развития КСО в России. Особенности социально-ответственного бизнеса. Влияние КСО на репутацию компании. Измерение эффективности КСО.

Тема 10. Корпоративные мероприятия для сотрудников

Секреты эффективных внутрикорпоративных мероприятий. Баланс содержательного и развлекательного. Применений технологий сторителлинга и геймификаций. Роль креативных решений и вовлечения.

Тема 11. HR как интегратор системы внутренних коммуникаций.

Роль системы внутренних коммуникаций в развитии корпоративного имиджа. HR-бренд как коммуникативная модель. Ценностное предложение и его трансляция посредством новых медиа. Коммуникативный менеджмент как задача системы управления персоналом. Коммуникативные функции и новые корпоративные роли: сторитейлинг, модерация, фасилитация, коучинг. Коммуникативный цикл работника: от резюме до рекомендаций. Роль HR специалистов в развитии корпоративного имиджа работника.

Тема 12. Внутренние коммуникации в кризисных ситуациях

Действия специалиста по внутренним коммуникациям в кризисных для компании ситуациях: слияния, поглощения, сокращения штата, катастрофы и пр. Коммуникативное сопровождение планируемых кризисов и чрезвычайных происшествий.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 3.Е. (часов) 3/108

Форма обучения		Очная, заочная		Вид контроля				Зачет	
№ п/п	Название раздела, темы	Очная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КтЗа, Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
1	Коммуникации в организации	8	1		1	6		ПКО-3	Л.1-6
2	Внутренняя среда организации	8	1		1	6		ПКО-3	Л.1-6
3	Внутренние целевые аудитории. Мотивации. Системы обратной связи	10	2		2	6		ПКО-3	Л.1-6
4	Сущность внутренних коммуникаций в организации	10	2		2	6		ПКО-3	Л.1-6
5	Разновидности внутренних коммуникаций в организации	10	2		2	6		ПКО-3	Л.1-6
6	Коммуникативные процессы в организации	10	2		2	6		ПКО-3	Л.1-6
7	Нормы и принципы деловой коммуникации в организации	10	2		2	6		ПКО-3	Л.1-6
8	Корпоративная культура в организации	8	1		1	6		ПКО-3	Л.1-6
9	Корпоративная социальная ответственность в организации	8	1		1	6		ПКО-3	Л.1-6
10	Корпоративные мероприятия для сотрудников	8	1		1	6		ПКО-3	Л.1-6

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

11	HR как интегратор системы внутренних коммуникаций	8	1		1	6		ПКО-3	Л.1-6
12	Внутренние коммуникации в кризисных ситуациях	8	2		2	4		ПКО-3	Л.1-6
	Зачет	2					2		
	Всего часов	108	18		18	70	2		
	Зачетные единицы	3							

Форма контроля: зачет

№ п/п	Название раздела, темы	Заочная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КтЗв, Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
1	Коммуникации в организации	7	0,5		0,5	6		ПКО-3	Л.1-6
2	Внутренняя среда организации	7	0,5		0,5	6		ПКО-3	Л.1-6
3	Внутренние целевые аудитории. Мотивации. Системы обратной связи	7	0,5		0,5	6		ПКО-3	Л.1-6
4	Сущность внутренних коммуникаций в организации	7	0,5		0,5	6		ПКО-3	Л.1-6
5	Разновидности внутренних коммуникаций в организации	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
6	Коммуникативные процессы в организации	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
7	Нормы и принципы деловой коммуникации в организации	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
8	Корпоративная культура в организации	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
9	Корпоративная социальная ответственность в организации	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
10	Корпоративные мероприятия для сотрудников	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
11	HR как интегратор системы внутренних коммуникаций	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
12	Внутренние коммуникации в кризисных ситуациях	8,5	0,5		1	8		ПКО-3	Л.1-6
	Зачет	4					4		
	Всего часов	108	6		10	88	4		
	Зачетные единицы	3							

Форма контроля: зачет

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий – расчетно-аналитическая работа по индивидуальному учебному заданию;

-самостоятельная работа студентов при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу студента в библиотеке;
- изучение материалов специализированных сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;

- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ), программных компьютерных программ;

Задания для самостоятельной работы студентов включают в себя:

- выполнение тестовых заданий, размещенных в программной оболочке Moodle – по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;

- выполнение практических заданий в индивидуальном учебном задании;

- подготовка докладов по отдельным вопросам курса.

Указания и задания по самостоятельной работе выдаются на практических занятиях с учетом индивидуального уровня освоения материала студентом.

Темы для самостоятельной работы студентов:

1. Сущность и классификация коммуникаций: внутренние, горизонтальные, вертикальные, неформальные.
2. Природа коммуникационного процесса и его основные элементы.
3. Коммуникации и их значение в системе управления.
4. Определение коммуникационного процесса в управлении.
5. Понятие межличностных коммуникаций. Взаимодействие между элементами управленческой структуры.
6. Характеристика основных этапов коммуникационного процесса, регламенты профессионального общения устных и письменных каналов, включая телекоммуникационные.
7. Развитие электронных коммуникаций в организациях. Информационные технологии и коммуникации в управлении организацией.
8. Модели коммуникаций и их элементы.
9. Основные технологии коммуникаций: Локальные компьютерные сети, Глобальная компьютерная сеть Интернет, Протокол передачи данных ТСР/IP, Электронная почта, Телеконференции.
10. Коммуникации организации с внешней средой. Каналы коммуникаций.
11. Понятие информации, экономической информации. Классификация экономической информации.
12. Нормативно-правовые основы информатизации деятельности хозяйствующих субъектов, государственных служб и органов исполнительной власти.
13. Форма представления экономической информации.
14. Систематизация экономической информации. Классификаторы, коды и технология их применения.
15. Этапы обработки экономической информации.
16. Распределенная обработка информации; региональные и локальные вычислительные сети; телеобработка данных; коммуникационные сети.
17. Основные этапы и стадии создания в организации компьютерных информационных систем управления.
18. Технологии обработки информации: Локальные и распределенные базы данных; экспертные системы и базы знаний; информационные языки; автоматизированные

информационно-поисковые системы; классификаторы; основы построения инструментальных средств информационных технологий; компьютерные технологии подготовки текстовых документов, обработки экономической информации на основе табличных процессоров, использование систем управления базами данных, интегрированных программных пакетов.

19. Определение коммуникационного процесса в управлении. Понятие межличностных коммуникаций.

20. Взаимодействие между элементами управленческой структуры. Развитие электронных коммуникаций в организациях.

21. Характеристика основных этапов коммуникационного процесса, регламенты профессионального общения устных и письменных каналов, включая телекоммуникационные.

22. Анализ информационных технологий и коммуникаций в управлении организацией.

23. Модели коммуникаций и их элементы. Основные технологии коммуникаций: Локальные компьютерные сети, Глобальная компьютерная сеть Интернет, Протокол передачи данных TCP/IP, Электронная почта, Телеконференции.

24. Коммуникации организации с внешней средой. Каналы коммуникаций.

25. Нормативно правовая основа внедрения технологий коммуникаций в деятельность органов государственного и муниципального управления.

26. Алгоритм представления услуги (административный регламент) рассмотрения обращений граждан. Интеграция системы электронного документооборота с системой обработки обращений граждан.

27. Организация работы с обращениями граждан в департаментах и управлениях Челябинской области. Модели информационного и сервисного взаимодействия граждан и организаций с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

28. Модель законодательного и нормативно-правового обеспечения. Концепция единой системы информационно-справочной поддержки.

29. Модели информационно-технологической. поддержки предоставления информационных и сервисных услуг.

30. Рассмотрение государственными органами РФ запросов об их деятельности от граждан и организаций. Федеральный регистр в России. Защита персональных данных.

31. Особенности международных коммуникаций: расположение отдельных элементов коммуникаций в разных странах мира, удаленность, влияние различных культур, разница во времени, затраты.

32. Типы международных коммуникаций: внешние международные коммуникации (коммуникации между правительствами в связи с соблюдением соглашений о международной торговле), внутренние международные коммуникации (общение в данной стране с менеджерами других стран). Барьеры международных коммуникаций.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс: учебное пособие: [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва: Университет Синергия, 2021. – 216 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829> (дата обращения: 26.05.2022). – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст: электронный.

2. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник: [16+] / Ф. И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. –

URL:<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> (дата обращения: 26.05.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6. – Текст: электронный.

3. Исследуя внутренние коммуникации: голос информированного сотрудника: учебник: [16+] / под ред. К. Рака; пер. с англ. А. Е. Айзенштадт; пер. с англ. под науч. ред. А. Ф. Векслер, М. А. Реутской. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2022. – 440 с.: ил., табл. – (Переводные учебники ВШЭ). – Режим доступа: по подписке. – URL:<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699534> (дата обращения: 22.08.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7598-2316-2 (в пер.). – ISBN 978-5-7598-2416-9 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-2316-2. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

4. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL BTL PR: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 243 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345> (дата обращения: 22.08.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3742-1. – Текст: электронный.

5. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. – 3-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 128 с.: табл., схем. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02168-8; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651>

6. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 268 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477> (дата обращения: 22.08.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3057-6. – DOI 10.23681/686477. – Текст: электронный.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/ системы
Профессиональные базы данных		
1.	http://www.ica hdq.org/	сайт Международной ассоциации коммуникации.
2.	http://www.ts-ru.com	Электронный журнал по менеджменту
3.	www.russcomm.ru	сайт Российской коммуникативной ассоциации.
4.	http://www.cfin.ru	Сайт «Корпоративный менеджмент
5.	http://www.aup.ru/management/	Административно-управленческий портал
6.	http://www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека
7.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
8.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
9.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная лекционная аудитория.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox.; доска маркерная

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Внутренние коммуникации» используются следующие образовательные технологии.

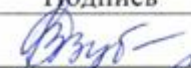
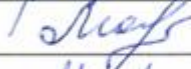
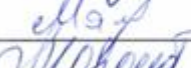
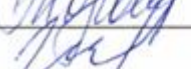
Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;
- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		25.04.2023
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		25.04.2023
3	Кафедры ГЕМД	Е.П. Маскайкин		25.04.2023
4	Учеб.-метод. отдел	М.О. Дерябичева		25.04.2023
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		25.04.2023