

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Корпоративные коммуникации (Corporate Communication)

наименование дисциплины

Автор: PhD Девид Руни

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент, направленность «Стратегические коммуникации: государство и бизнес. Международная англоязычная магистратура»

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-1	Способность применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач	УК ОС-1.2	Способность к синтезу.
ДПК-3	Способность планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями	ДПК-3.2	Способность организовывать простые и более сложные системы и организации

План курса:

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	Stakeholder Management and Communication	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholders in private and public organization environment Nature of stakes, stakeholder communication and engagement CEO Agenda and Communication strategy
Тема 2	Building corporate Identity, Branding and Corporate Reputation	<ul style="list-style-type: none"> Corporate identity, branding, image and reputation Aligning identity, image and reputation
Тема 3	CEO Agenda. Aligning business and communication strategy	<ul style="list-style-type: none"> Areas and linkages of communication and strategy: <ul style="list-style-type: none"> i. Media Relations ii. Employee Communication iii. Issues Management iv. Crisis Communication v. Change management vi. Social responsibility and sustainability
Тема 4	Designing a communication strategy	<ul style="list-style-type: none"> Planning and executing programs and campaigns Strategic messaging. Corporate taglines and slogans Techniques of effective messages and persuasion
Тема 5	Research and evaluation of results	<ul style="list-style-type: none"> Research and evaluation Methods and measures Measuring corporate reputation

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы и методы текущего контроля успеваемости: диспут, презентация, эссе
Форма промежуточной аттестации – Экзамен

Основная литература:

1. Joep Cornelissen, Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice, SAGE Publishing, 2014