

ДИСЦИПЛІНА «Корпоративні комунікації»

Лектор – кандидат економічних наук, професор Шморгун Л.Г..

Корпоративні комунікації – дисципліна, яка разом з іншими дисциплінами відноситься до числа вибіркових; перший рівень, ступінь вищої освіти «бакалавр» (1 курс, 2 семестр), забезпечує підготовку фахівців для соціокультурної сфери.

Мета дисципліни – ознайомити студентів з основами та специфікою корпоративної комунікації, навчити розробляти та реалізовувати проекти у сфері культури.

Завдання дисципліни:

- сформувати специфіку внутрішніх корпоративних комунікацій і публік рилейшнз;
- сформувати практичні навички застосування внутрішніх комунікацій;
- сформувати знання та вміння щодо взаємодії внутрішньої громадськості з різними акторами корпоративного управління;
- сформувати знання та вміння щодо особливості ПР-забезпечення корпоративних комунікацій і внутрішньої діяльності конкретних організацій;
- сформувати знання та вміння щодо значення корпоративної культури й ідентичності як чинників внутрішніх корпоративних комунікацій.

Фахові компетентності:

- уміння вибирати напрями та теми наукових досліджень у галузі внутрішніх корпоративних комунікацій, методи та методики, методичні прийоми і процедури їх дослідження;
- уміння працювати з відповідними джерелами інформації;
- уміння проектувати дослідження у сфері внутрішніх корпоративних комунікацій (проводити емпіричні дослідження з проблем внутрішнього піару);
- уміння систематизувати, аналізувати й узагальнювати інформаційний матеріал;
- уміння готувати й оформляти повідомлення, доповіді, статті з проблем внутрішніх корпоративних комунікацій;
- уміння застосовувати методи аналізу й інтерпретації корпоративних комунікацій.

Загальний обсяг дисципліни – 150 годин, у тому числі: лекцій – 36, семінарських – 36. Самостійна робота – 78 годин.

Кінцева форма контролю – *диференційований залік* .