



Київський національний університет культури і мистецтв



КАФЕДРА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ І ЖУРНАЛІСТИКИ

Силабус освітньої компоненти

Назва компоненти: **Корпоративні комунікації**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Сторінка компоненти в Moodle:

<https://elearn.knukim.edu.ua/course/view.php?id=1686>

Сторінка компоненти в електронній бібліотеці:

<http://91.217.179.134:9100/libr/DocSearchForm>

Викладач: **Воронова Вілена Володимирівна**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент з/н

Опис освітньої компоненти

Освітня компонента «Корпоративні комунікації» є обов'язковою освітньою компонентою навчального плану, яка ознайомлює здобувачів вищої освіти з корпоративними комунікаціями, їх змістом і актуальними проблемами PR-забезпечення зовнішніх і внутрішніх корпоративних комунікацій.

Передумови вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента «Корпоративні комунікації» базується на знаннях таких компонент: «Основи зв'язків з громадськістю та реклами», «Соціальні комунікації» та слугує основою для вивчення таких компонент: «Практика журналістської діяльності», «Менеджмент», «Digital-маркетинг і SMM».

Тематичний план освітньої компоненти

РОЗДІЛ 1. КОРПОРАТИВНІ КОМУНІКАЦІЇ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

- 1.1. Корпоративні комунікації в системі паблік рилейшнз
- 1.2. Організація. Підприємство. Корпорація як вид організації
- 1.3. Корпоративні комунікації в системі соціальних комунікацій
- 1.4. Зовнішні корпоративні комунікації
- 1.5. Внутрішні корпоративні комунікації
- 1.6. Корпоративний брендинг та імідж

РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ

- 2.1. Корпоративні ЗМІ
- 2.2. Івент-маркетинг
- 2.3. Корпоративна культура
- 2.4. Корпоративні комунікації як фактор соціальної відповідальності компанії
- 2.5. Добродійність і участь у спонсорських програмах

Технічне і програмне забезпечення

Ноутбук або персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для: комунікації та опитувань, виконання домашніх завдань, виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, рубіжний, підсумковий контроль).

Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом компоненти та виконання передбачених видів освітньої діяльності: стандартні офісні програми (Word, Excel, PowerPoint).

Рекомендовані джерела інформації

Публікації науково-педагогічного працівника за темою освітньої компоненти

1. Natalia Zykun, Yana Zoska, Anastasiia Bessarab, Vilena Voronova, Yuliia Kyiashko, Diana Fayvishenko. Branding as a social communication technology for managing consumer behavior. International Journal of Management (IJM). 2020. Volume 11, Issue 6, pp. 1027-1037, Article ID: IJM_11_06_091.
2. Natalia Zykun, Yana Zoska, Vilena Voronova, Diana Fayvishenko, Yuliia Kyiashko, Alina Kumachova Managing consumer behaviour through social communications // Estudios de Economia Aplicada/ Volumen: 39-3 (Vol 39, No 3 (2021)) <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/issue/view/SUSTAINABLE-ECONOMICS>
3. Воронова В. В. Технології трансформацій та політичного брендингу як сучасний інструмент лідерства. Evropskypoliticky a pravnidiskurz (Європейський політико-правовий дискурс). Чеський науково-теоретичний журнал. Київ : Видавництво «BerostavDruzstvo», 2017. Том 4 (Вип. 6) С.134–140.
4. Воронова В. В. Цивілізаційне залучення як психоекологічна методологія: політико-психологічний аспект. Evropskypoliticky a pravnidiskurz (Європейський політико-правовий дискурс). Чеський науково-теоретичний журнал. Київ : Видавництво «BerostavDruzstvo», 2017. Том 5 (Вип. 2) С.131–138.

Основна література

1. Бойчук І. В., Басій Н. Ф. Етика в рекламній та PR-діяльності : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2019. 203 с.
2. Болотіна Є. В. Фоміченко І. П., Шашко В. О. Управлінські технології комунікативного менеджменту. Бізнес Інформ. 2018. № 9. С. 212-219.
3. Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Ділові переговори : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 251 с.

4. Ферацці К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств : Клуб Сімейного Дозвілля, 2016. 352 с.
5. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ, 2013. 212 с.

Допоміжна література

1. Виходець О. М. Соціальні комунікації персоналу як чинники мотивації. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 38. С. 164-172.
2. Воронова В. В. Технології трансформацій та політичного брендингу як сучасний інструмент лідерства. *Evropskypoliticky a pravnidiskurz* (Європейський політико-правовий дискурс). Чеський науково-теоретичний журнал. Київ : Видавництво «VerostavDruzstvo», 2017. Том 4 (Вип. 6) С.134–140.
3. Гусак О. П. Етичні аспекти кризової комунікації. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 35. С. 188-195.
4. Дороніна М.С. Культура спілкування ділових людей: навч. посіб. Київ : «КМ Academia», 1998. 192 с.
5. Євдокимова В. В. Міжкультурна комунікація у соціальній роботі : навч.-метод. посіб. Київ : Університет «Україна», 2018. 190 с.
6. Єгорова Т. Д. Ефективна комунікація: публічний виступ : навч. посіб. Київ : НАДУ, 2018. 162 с.
7. Золотаревич І., Біденко С. Репутаційний антистрес. Інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу. Київ, 2021. 224 с.
8. Коваленко О. М. Комунікаційний менеджмент як інструмент взаємодії соціально відповідального бізнесу і соціальної держави. *Актуальні проблеми державного управління*. 2012. № 1. С. 201-207.
9. Лі Річ. Міфи про PR. Київ, 2020. 272 с.
10. Нохріна Л. А., Кравець О. М. Ефективні комунікації: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Харків : ХНАМГ, 2012. 263 с.
11. Павлова О. Ю., Тормахова А. М. Візуальні практики та комунікація: курс лекцій. Київ : Київський університет, 2018. 223 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Асоціація корпоративних медіа України : вебсайт. URL : <http://www.astm.com.ua/> (дата звернення: 17.08.2021).
2. Блог агентства Hoshva PR : вебсайт. URL : <http://hoshvaprr.com.ua/blog/> (дата звернення: 17.08.2021).
3. ВГО "Українська ліга зі зв'язків із громадськістю" (PR-Ліга) : вебсайт. URL : <http://www.pr-liga.org.ua/2/2> (дата звернення: 17.08.2021).
4. Живий журнал LiveJournal: вебсайт URL : http://community.livejournal.com/inside_pr/269509.html (дата звернення: 17.08.2021).
5. Портал для фахівців у сфері комунікацій : вебсайт. URL : <http://prportal.com.ua/> (дата звернення: 10.08.2020).

Політика вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента «Корпоративні комунікації» передбачає роботу в колективі.

Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному (онлайн) режимі за погодженням із керівником курсу, з презентуванням виконаних завдань під час консультації викладача.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. Завдання, які не виконані у встановлений термін, оцінюються викладачем в межах 50% звичайної оцінки.

Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації здобувач вищої освіти повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%.

У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Силабус затверджено
на засіданні кафедри зв'язків
з громадськістю і журналістики
від 24 червня 2022 р.,
протокол № 14