



Course of study (code) / Назва дисципліни (шифр)	Корпоративні комунікації (EІ2913ВККОМ)
Academic year / Навчальний рік - Семестр	2022/2023 – 5 семестр
Course of study / Назва спеціальності	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Educational program / Освітня програма Education - ECTS / Рівень – Кредити Status / Статус Learning language / Мова навчання	«Міжнародна інформація та журналістика» Перший (бакалаврський) рівень – 3 ECTS Вибіркова Українська
Author / Укладач	Шелудякова Наталія Андріївна, кандидат історичних наук Державний університет економіки і технологій, email: sheludiakova_na@duet.edu.ua , https://orcid.org/0000-0002-6721-8077 моб. +380963170101
Консультації	Вт, 14.00-15.00

A. OBJECTIVE OF THE SUBJECT / МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Метою курсу є формування у здобувачів вищої освіти розуміння корпоративних комунікацій як комплексного явища та важливої управлінської функції, яка забезпечує досягнення стратегічних функцій компанії. Розуміти значення міжособистісної комунікації у бізнес-середовищі. Усвідомлювати вплив культурних відмінностей на ефективність комунікації. Визначати функції комунікації у діяльності компаній. Ідентифікувати зв'язок між ідентичністю компанії, її репутацією та комунікаційною стратегією. Визначати ефективність інтегрованих комунікаційних процесів. Аналізувати комунікаційні стратегії компаній та особливості їх взаємодії із зовнішніми та внутрішніми аудиторіями.

B. SUBJECT PROGRAM / ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основи міжособистісної комунікації

Тема 1. Міжособистісна комунікація: функції та особливості

Роль комунікації у забезпеченні людських потреб різного рівня. Моделі комунікаційного процесу в міжособистісному спілкуванні. Принципи комунікації. Комунікація та ідентичність людини. Концепція Я та її складові. Специфіка міжособистісної комунікації. Міжособистісна комунікація як основа соціальної функції особистості. Міжособистісна комунікація та емоційний інтелект.

Тема 2. Вербальна та невербальна комунікація

Принципи вербальних повідомлень. Основи ефективного використання вербальних повідомлень. Політкоректність у вербальній комунікації. Принципи невербальної комунікації. Канали передачі невербальних повідомлень: кінезика, окулетика, проксемика, гаптика. Ключові компетентності невербальної комунікації. Активне слухання. Вибудовування міжособистісних стосунків та розв'язання конфліктів.

Змістовий модуль 2. Контексти корпоративних комунікацій

Тема 3. Специфіка та функції корпоративних комунікацій

Типи комунікацій організації: управлінські, маркетингові та організаційні. Поняття корпоративних комунікацій. Ключові завдання корпоративних комунікацій. Інструменти корпоративних комунікацій. Вплив культури на корпоративні комунікації.

Тема 4. Ідентичність та репутація в корпоративних комунікаціях

Основні підходи до розуміння ідентичності. Ідентичність та репутація компанії. Поняття репутації та її формування. Природа репутації. Зв'язок репутації з довірою. Фактори, що впливають на репутацію. Визначення репутації компанії. Зв'язок між брендингом та репутацією. Репутаційні платформи компаній.

Тема 5. Комунікаційна стратегія: теорія і практика

Стратегія та її визначальні риси. Поняття та сутність комунікаційної стратегії. Стадії розробки комунікаційної стратегії. Традиційна модель розробки комунікаційної кампанії. Критерії ефективних корпоративних комунікацій. Меседжі та позиціонування компанії. Виклики при формуванні комунікаційної стратегії.

Змістовий модуль 3. Комунікація з основними стейкхолдерами

Тема 6. Організація комунікацій та визначення їх ефективності

Традиційні та сучасні погляди на організацію комунікацій. Особливості організації вертикальної комунікації. Вертикальна структура комунікації у різних контекстах: ТНК, організація публічного сектору, організація для надання професійних послуг. Горизонтальна структура комунікації: функції та особливості. Структурування комунікацій для реалізації стратегії. Роль комунікацій у створенні цінностей. Кризові комунікації.

Тема 7. Внутрішні комунікації організації

Вертикальні та горизонтальні комунікаційні потоки. Комунікація з персоналом компанії. Канали та інструменти внутрішніх комунікацій. Роль потоків, контенту та клімату у внутрішніх комунікаціях. Інтелектуальне та емоційне залучення. Критерії ефективності внутрішніх комунікацій.

Тема 8. Особливості комунікації із зовнішніми стейкхолдерами

Відносини з інвесторами та роль фінансових комунікацій. Комунікації з клієнтами. Особливості комунікації з органами влади. Різниця між корпоративними та політичними комунікаціями.



C. LIST OF COMPETENCIES AND STUDIES TARGETED RESULTS / ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК2.Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК6.Вміння виявляти та вирішувати проблеми. ЗК7.Уміння аргументувати вибір шляхів вирішення завдань професійного характеру, критично оцінювати отримані результати та обґрунтовувати прийняті рішення. ЗК8.Здатність працювати як автономно, так і у команді. ЗК10.Навички міжособистісної взаємодії, цінування та повага різноманітності та багатокультурності.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК12.Знання природи комунікативного процесу, здатність здійснювати професійну комунікацію через засоби масової інформації, готовність до професійної журналістської діяльності у міжнародному контексті. СК13.Здатність до здійснення комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин (українською та іноземними мовами). СК14.Здатність готувати комунікаційні тексти на високому професійному рівні.
Програмні результати навчання (ПР)	ПР8. Здатність створювати інформаційні приводи, готувати інформаційні повідомлення, комунікувати посередництвом засобів масової інформації. ПР9.Здатність реалізовувати креативні здібності та журналістську майстерність у процесі комунікації. ПР18. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері міжнародних відносин.

D. SEMESTER PLAN / СЕМЕСТРОВИЙ ПЛАН

Тиждень/ Дата	Тема	Форма діяльності (заняття), години, формат	Завдання для СРС (література, ресурси в інтернеті, презентація, відеокурси)
Тиждень 1	<i>Тема 1. Міжособистісна комунікація: функції та особливості</i> 1.1 Роль комунікації у забезпеченні людських потреб різного рівня.	Лекція (2 год.)	Опрацювання літератури: основна 2, 6 додаткова 1, 5
Тиждень 2	1.2 Міжособистісна комунікація як основа соціальної функції особистості. 1.3 Міжособистісна комунікація та емоційний інтелект.	Практичне (2 год.)	1. Есе «Про вроджену (?) здатність ефективно комунікувати» 2. Характеристика різних комунікаційних каналів за 4 критеріями: Синхронізація, Багатство, Постійність, Публічність 3. Самоаналіз: які потреби ви задовольняєте за допомогою комунікації через соціальні медіа.
Тиждень 3	<i>Тема 2. Вербальна та невербальна комунікація</i> 2.1 Основи ефективного використання	Лекція (перевернутий клас) (2 год)	Опрацювання літератури: основна 2, 3, 6 додаткова 1, 4, 5
Тиждень 4	2.2 Принципи невербальної комунікації. 2.3 Канали передачі невербальних повідомлень. 2.4 Активне слухання. 2.5 Вибудовування міжособистісних стосунків та розв'язання конфліктів.	Практичне заняття (презентація, дискусія) (2 год)	1. Есе «Політкоректність: могутність слова у дії» 2. Невербальний елемент у міжкультурній комунікації 3. Проаналізувати 3 публікації або сюжети на наявність у них проявів сексизму/ейджизму/расизму чи ксенофобії чи будь-яких інших проявів стереотипності мислення або мови ненависті.
Тиждень 5	<i>Тема 3. Специфіка та функції корпоративних комунікацій</i>	Лекція (2 год)	Опрацювання літератури: основна 2, 4, 7 додаткова 2, 5
Тиждень 6	3.1 Типи комунікацій організації: управлінські, маркетингові та організаційні. 3.2 Поняття	Практичне заняття (самостійна робота) (2 год)	1. Аналіз типів комунікацій (управлінських, маркетингових, організаційних) компанії за вибором студента. Чи можна знайти спільні теми для цих типів комунікації? 2. Міні-кейс «Управління стейхолдерами в нафтовій промисловості»



	корпоративних комунікацій. 3.3 Ключові завдання корпоративних комунікацій. 3.4 Стейкхолдерська модель управління в корпоративних комунікаціях		
Тиждень 7	<i>Тема 4. Ідентичність та репутація в корпоративних комунікаціях</i>	Лекція (2 год)	Опрацювання літератури: основна 1, 5, 7 додаткова 4
Тиждень 8	4.1 Стейкхолдерська модель та ідентичність 4.2 Основні підходи до розуміння ідентичності. 4.3 Мікс ідентичностей 4.4 Ідентичність та ідентифікація	Практичне заняття (2 год)	1. Розгляньте ідентичність організації (на вибір). Проаналізуйте, від яких елементів корпоративної ідентичності цієї компанії буде найскладніше відмовитися, якщо їй доведеться об'єднуватися з іншою організацією. 2. Міні-кейс «Корпоративна ідентичність у фінансовому секторі» 3. Есе «Чому управляти репутацією у 21 столітті – це завдання з зірочкою?»
Тиждень 9	<i>Тема 5. Комунікаційна стратегія: теорія і практика</i>	Лекція (2 год)	Опрацювання літератури: основна 2, 3 додаткова 2, 5
Тиждень 10	5.1 Поняття та сутність комунікаційної стратегії. 5.2 Стадії розробки комунікаційної стратегії. 5.3 Критерії ефективних корпоративних комунікацій. 5.4 Меседжі та позиціонування компанії.	Практичне заняття (презентація, дискусія) (2 год)	1. Перелічіть фактори, що можуть спричинити для компанії кризу комунікацій, що має джерелом Інтернет 2. Міні-кейс «Комунікаційна криза Barclays Bank»
Тиждень 11	<i>Тема 6. Визначення ефективності корпоративних комунікацій</i>	Лекція (2 год)	Опрацювання літератури: основна 3, 4, 7 додаткова 5
Тиждень 12	6.1 Критерії оцінки ефективності комунікацій 6.2 Фактори підвищення ефективності комунікацій організації	Практичне заняття (презентація, самостійна, дискусія) (2 год)	1. Презентація «Як підвищити ефективність корпоративних комунікацій» 2. Міні-кейс «Внутрішні комунікації Hilton: як підвищити залученість персоналу та прибутки компанії?»
Тиждень 13	<i>Тема 7. Внутрішні комунікації організації</i>	Лекція (2 год) F2F	Опрацювання літератури: основна 1, 5, 7 додаткова 2, 3
Тиждень 14	інструменти внутрішніх комунікацій. 7.2 Низхідні внутрішні комунікації. 7.3 Особливості висхідних комунікацій в організації. 7.4 Критерії ефективності внутрішніх комунікацій.	Практичне заняття (самостійна, дискусія) (2 год)	1. Підготовка презентації «Успішні кейси внутрішніх комунікацій» 2. Проаналізуйте кілька останніх випусків корпоративного видання однієї з компаній (за вибором). Які теми піднімаються у виданні? Яку роль воно виконує в системі внутрішніх комунікацій?
Тиждень 15	<i>Тема 8. Особливості комунікації із зовнішніми стейкхолдерами</i>	Лекція (2 год) F2F	Опрацювання літератури: основна 4, 7 додаткова 5
Тиждень 16	8.1 Public Relations як система комунікацій 8.2 Відносини з інвесторами та роль фінансових комунікацій. 8.3 Особливості комунікації з органами влади.	Практичне заняття (презентація, дискусія, групова робота) (2 год)	1. Які переваги дає лобювання? Чи можливо лобювання в Україні? 2. Мінікейс «Primark: захист репутації засобами соціальних медіа» 3. Розробка стратегії взаємодії з клієнтами компанії (за вибором)



Вивчення дисципліни передбачає виконання індивідуальних завдань. Кожен студент індивідуально виконує завдання, що полягає у розробці комунікаційної стратегії та кампанії для однієї з компаній (за вибором здобувача вищої освіти)

Детальний план проведення практичних занять, завдання для практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи містяться в системі MOODLE у наступних:

1. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з курсу «Корпоративні комунікації»;
2. Методичні рекомендації для виконання індивідуальної роботи з курсу «Корпоративні комунікації».

E. BASIC LITERATURE (OBLIGATORY TEXTBOOKS) / ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА (ОБОВ'ЯЗКОВІ ПІДРУЧНИКИ)

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікативний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік-релейшнз. К.: МАУП, 2005. 440 с
2. Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент: Навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. 368 с
3. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: Курс лекцій. К.: Кондор, 2006, 664 с.
4. Сагер Л. Управління внутрішніми комунікаціями підприємств: теорія, методика, практика. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 196 с.
5. Guffey M.E., Loewy D. Essentials of Business Communications. 10th edition. Cengage Learning, 2016. 511 p.
6. Roper S., Fill C. Corporate Reputation. Brand and Communication. Pearson, 2012. 361 p.
7. Van Riel C.B.M., Fombrun C.J. Essentials of Corporate Communications. London, New York: Routledge, 2007. 323 p.

F. COMPLEMENTARY LITERATURE / ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. Ділові контакти з іноземними партнерами: Навч.-практ. посібник для бізнесмена. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2004. – 284с.
2. Корпоративна культура : навч. посібник / Г. М. Захарчин, Н. П. Любомудрова, Р. О. Винничук, Н. В. Смолінська. - Львів : Новий світ-2000, 2016. - 342 с.
3. Тихомирова Є. Корпоративні комунікації. Посібник для студ. вищ. навч. закл. — Луцьк : ФОП Захарчук В. М., 2013. — 216 с.
4. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Зб. наук. пр. - Вип. – 38 Запоріжжя: ЗДІА, 2009. – С. 67-75.
5. Beger R. Present-Day Corporate Communication. A Practice-Oriented, State-of-the-Art Guide. Springer, 2018. 677 p.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

Корпоративные стратегические коммуникации: сб. науч. К63 ст. / редкол. : С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Вып. 2. – Электрон. дан. (10,93 Мб). Минск : Изд. центр БГУ, 2016. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552>

Marketing Profs <https://www.marketingprofs.com/topic/all/corporate-communications>

Apple CEO Tim Cook Interview <https://www.youtube.com/watch?v=zz1GCpqqd-0A>

What is Organizational Communication? By Matt Koschman <http://www.youtube.com/watch?v=e5oXyqLGMuY>

Why and how do we engage? TEDxCibeles speech of Simran Sethi <http://www.youtube.com/watch?v=dk2nNhbocll>

R. Edward Freeman of the Darden School of Business at the University of Virginia gives insights into "Stakeholder Theory" (02:57) <http://www.youtube.com/watch?v=bIRUaLcvPe8&feature=relmfu&nomobile=1>

BMW Brand Identity <http://www.stealingshare.com/pages/bmw-brand-study-a-look-at-how-bmw-structures/>

How Lenovo is making the switch from product to customer centricity <http://www.cmo.com.au/article/634067/how-lenovo-making-switch-from-product-customer-centricity/>

G. THE MOST IMPORTANT PUBLICATIONS OF THE AUTHOR(S) CONCERNING PROPOSED CLASSES / ОСНОВНІ ПУБЛІКАЦІЇ АВТОРА, ЩО ПОВ'ЯЗАНІ З ТЕМАТИКОЮ ЗАПЛАНОВАНИХ ЗАНЯТЬ

Правові стандарти інформаційного суспільства
International scientific journal "Internauka".
2021-10 | Journal article
DOI: 10.25313/2520-2308-2021-10-7641

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY: CASE FOR TERTIARY EDUCATION IN TERMS OF SMART ECONOMICS

SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION. Proceedings of the International Scientific Conference

2021-05 | Journal article
DOI: 10.17770/sie2021vol5.6396
Part of ISSN: 2256-0629

Communicating the Foreign Policy Strategy: on Instruments and Means of Ministry of Foreign Affairs of Ukraine
call_split

SHS Web of Conferences
2021-03 | Journal article
DOI: 10.1051/shsconf/202110002005
Part of ISSN: 2261-2424

Materials of American newspapers as an object of protection of intellectual property rights of the USA in the first half of the

XIX century
Entrepreneurship, Economy and Law
2021 | Journal article
DOI: 10.32849/2663-5313/2021.5.28
Part of ISSN: 2663-5313

INFORMATION ECONOMY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIETY AND ITS EFFECT ON TNC ACTIVITY. Scientific Journal of Polonia University
2017-10-18 | journal-article
DOI: [10.23856/2406](https://doi.org/10.23856/2406)

H. PREREQUISITE AND POSTREQUISITE / ПРЕРЕКВІЗИТИ ТА ПОСТРЕКВІЗИТИ

Навчальна дисципліна базується на нормативних та за вибором навчальних дисциплінах і є необхідною для опанування дисциплін вибіркового блоку «PR та реклама» «Іміджологія і брендінг», «Робота прес-служби» тощо.

I. SCOPE AND TYPE / КІЛЬКІСТЬ ВІДВЕДЕНИХ ГОДИН ТА ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ ЗАНЯТЬ

	Денна	Заочна
Лекції	16	4
Практичні (лабораторні)	16	6
Самостійна робота студента (СРС)	49	71
Індивідуально-консультативна робота (ІКР)	9	9
Курсова робота	–	–

J. CURRENT AND FINAL EVALUATION / ПОТОЧНЕ ТА ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ

	Денна	Заочна
Поточний контроль, в т.ч.:	100	100
оцінювання під час аудиторних занять	60	40
виконання і захист завдань самостійної роботи	20	50
Виконання модульних контрольних робіт	20	10
Підсумковий контроль (залік)	-	-
Разом	100	100

Шкала балів	Оцінка за 4-бальною шкалою	Шкала ECTS
90 – 100	Відмінно	A
80 – 89	Добре	B
70 – 79		C
66 – 69		D
60 – 65	Задовільно	E
21 – 59	незадовільно з можливістю повторного складання екзамену (заліку)	FX
0 – 20	незадовільно з можливістю вивчення дисципліни за індивідуальним графіком у формі додаткової індивідуально-консультативної роботи.	F

K. CODE OF CONDUCT OF THE COURSE / КОДЕКС ПОВЕДІНКИ ПІД ЧАС ВІВЧЕННЯ КУРСУ

Для успішного проходження курсу та складання контрольних заходів необхідним є виконання наступних обов'язків:

- ❖ не запізнюватися на заняття;
- ❖ не пропускати заняття (як лекційні, так і практичні), в разі хвороби мати довідку або її ксерокопію;
- ❖ самостійно опрацьовувати весь лекційний матеріал та ресурси для самостійної роботи;
- ❖ при підготовці есе, есе-рефлексії на статтю, що запропонована вам для читання (див. семестровий план), оцінюється якість та оригінальність наведених вами аргументів. Есе повинно бути надіслано до 16:00 у попередній день перед семінаром. Усі повинні обов'язково підготувати есе, а його відсутність з будь-яких причин не може бути виправданням.
- ❖ конструктивно підтримувати зворотній зв'язок з викладачем на всіх етапах проходження курсу (особливо під час виконання індивідуальних проектів/курсowego проекту);
- ❖ своєчасно і самостійно виконувати всі передбачені програмою лабораторні та практичні завдання;
- ❖ брати очну участь у контрольних заходах;
- ❖ будь-яке відтворення результатів чужої праці (виключаючи практичну роботу над командним проектом), в тому числі використання завантажених з Інтернету матеріалів, як власних результатів, кваліфікується, як порушення норм і правил академічної доброчесності, та передбачає притягнення до відповідальності у порядку, визначеному чинним законодавством.

L. METHODS OF CONDUCTING / МЕТОДИ НАВЧАННЯ



Для формування компетентностей застосовуються такі методи навчання: вербальні/словесні (лекція, пояснення, розповідь, бесіда); наочні (спостереження, ілюстрація, демонстрація); пояснювально-ілюстративний; метод проблемного викладу; практичний метод; частково-пошуковий або евристичний метод.

Основними формами організації навчання є оглядові та проблемні лекції; семінари; обговорення та дискусії у малих та великих групах; розгляд кейсів (практичних ситуацій); написання есе-рефлексій.

M. TOOLS, EQUIPMENT AND SOFTWARE / ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

мультимедійний клас з ПК, цифровий проектор

[Zoom](#) – хмарна платформа для відео і аудіо конференцій та вебінарів

ZELIS - система призначена для тестування знань студентів в двох режимах: автоматизований контроль знань та тестування по бланкам.

N. STUDENT RESOURCES, MOOC PLATFORMS / ЦИФРОВІ РЕСУРСИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ТА ВІДКРИТІ ДИСТАНЦІЙНІ ОНЛАЙН КУРСИ

Студентам пропонується доступ до навчальних матеріалів дисципліни - moodle.kneu.dp.ua:

[Coursera](#) – безкоштовні онлайн-курси з різних дисциплін, у разі успішного закінчення яких користувач отримує сертифікат про проходження курсу.

[EdX](#) – онлайн-курси від закладів вищої освіти.

[Prometheus](#) – український громадський проект масових відкритих онлайн-курсів.

O. FEEDBACK/ ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК

Електронні листи є найкращим способом зв'язатися з керівником курсу, і, будь ласка, додайте шифр групи в темі листа. Якщо ви надішлете мені електронне повідомлення, надайте мені, принаймні, 24 години, щоб відповісти. Якщо ви не отримаєте відповідь, відправте листа повторно.

P. ACADEMIC HONESTY/ АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Державний університет економіки і технологій очікує від студентів розуміння та підтримання високих стандартів академічної чесності. Приклади академічної не доброчесності включають такі: плагіат, зловживання інформацією із застарілих джерел мережі. Очікується, що вся робота, виконана відповідно до вимог курсу, є власною роботою студента. Під час підготовки роботи, яка відповідає вимогам курсу, студенти повинні відрізнити власні ідеї від інформації, отриманої з інших джерел. Без попереднього письмового схвалення викладачем, студенти можуть не подавати один і той же звіт двічі.

Положення про академічну доброчесність ДУЕТ https://www.duet.edu.ua/uploads/normbase/243/pol_AD.pdf

APPROVED / ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішенням кафедри міжнародних відносин Державного університету економіки і технологій - протокол №1 від 07.09.2022 року

Укладач

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Кафедрою міжнародних відносин
Протокол № 1 від 07 вересня 2022 року
В.о. завідувача кафедри

Науково-методичною радою Державного університету
економіки і технологій
Протокол № 1 від 20 вересня 2022 року
Голова науково-методичної ради

Н.А. Шелудякова

І.І. Максимова

В.В. Орлов