

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

[Signature] /Шубаева В.Г./
«*28*» *августа* 20*20* г.

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ БИЗНЕС-КОРПОРАЦИЙ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Стратегические коммуникации в бизнесе
Уровень образования	высшего магистратура
Форма обучения	очная

Составители:

_____/ к.филол.н., доцент Вострикова И.Ю.
_____/ Ефремов В.Л.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	5
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	7
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	8
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	9
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	10
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины	10
7.2. Организация самостоятельной работы	10
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	11
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса	15
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	16
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины	Коммуникационная политика транснациональных бизнес-корпораций
Цель дисциплины	Ознакомление обучающихся с фундаментальными и практическими основами в сфере международного бизнеса, развития и становления транснациональных корпораций и особенностей ведения их коммуникационной политики
Планируемые результаты обучения	<p>УК-5.</p> <p>Знать: основные этапы и современные тенденции развития международного бизнеса, определение ТНК (транснациональных компаний), их структуру и классификацию, стратегию позиционирования и ведения коммуникационной политики на национальном и глобальном рынках, эволюцию развития маркетинговых коммуникаций ТНК, опыт ключевых игроков международного рынка и лучшие кейсы успешных PR-кампаний в мире и России, иностранный язык/языки.</p> <p>Уметь: анализировать опыт эффективной коммуникационной политики ТНК, выявлять основные этапы планирования и реализации, разрабатывать инновационные решения в области связей с общественностью, организовывать командную работу, участвовать в международных медиа-коммуникациях, применять полученные знания в профессиональной деятельности, вести переговоры на иностранном/ых языке/ах.</p> <p>Владеть навыками: анализа опыта конкурентов, адаптации успешного иностранного опыта на национальной почве, поиска информационных и иных партнеров и поставщиков, составления дорожных карт и бизнес-планов, подготовки команды и материалов для участия в коммуникационных мероприятиях, взаимодействия с международным сообществом на медиа и деловом пространстве.</p> <p>ПК-6.</p> <p>Знать: основные составляющие в реализации PR проектов ТНК, специфику коммуникационных кампаний в России и мире, юридические и финансовые аспекты работы в области коммуникационных услуг.</p> <p>Уметь: составить бизнес-план, дорожную карту, интеллектуальную карту проекта, разработать договор, техническое задание на услуги, смету реализации кампании, определить состав команды, ее подготовку и мотивацию для участия в коммуникационных кампаниях ТНК, разработать презентационные и рекламные материалы, применять полученные знания в профессиональной деятельности.</p>

	Владеть навыками: работы в международной команде, анализа конкурентной среды, определения целей и задач, КРІ кампании, планирования, организации и мотивации команды, решения комплексных задач.
Тематическая направленность дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Глобализация экономики и развитие ТНК в мире и России. 2. Модели интернационализации компаний, виды и структура ТНК. 3. Межкультурная деловая коммуникация. 4. Стратегический анализ (SWOT, PEST, силы Портера). 5. Особенности комплексного управления коммуникациями ТНК. 6. Инструменты управления внутренними коммуникациями. 7. Правовые и этические основы функционирования ТНК. 8. Аудит коммуникационной политики компании. 9. Работа коммуникационных департаментов организации. 10. Компетенции специалиста отдела международных коммуникаций, навыки в эпоху глобализации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: Ознакомление обучающихся с фундаментальными и практическими основами в сфере международного бизнеса, развития и становления транснациональных корпораций и особенностей ведения их коммуникационной политики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф.ДВ "Коммуникационная политика транснациональных бизнес-корпораций" относится к элективным дисциплинам Блока 1 РУП ОПОП.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.4. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	<p>Знать: основные этапы и современные тенденции развития международного бизнеса, определение ТНК (транснациональных компаний), их структуру и классификацию, понятие «деловой культуры», специфику деловых культур в национальном аспекте, классификации деловых культур (в т.ч. Льюиса и Хофстеде), иностранный язык/языки.</p> <p>Уметь: анализировать опыт эффективной коммуникационной политики ТНК, организовывать командную работу в международном коллективе, распознать конфликтную ситуацию на межкультурном пространстве, участвовать в международных медиа-коммуникациях, применять полученные знания в профессиональной деятельности, вести переговоры на иностранном/ых языке/ах.</p> <p>Владеть навыками: анализа опыта конкурентов, адаптации успешного иностранного опыта на национальной почве, поиска информационных и иных партнеров и поставщиков, составления дорожных карт и бизнес-планов, подготовки международной команды и материалов для участия в международных коммуникационных мероприятиях, взаимодействия с международным сообществом на медиа и деловом пространстве.</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-6. Способен разрабатывать коммуникационную политику компаний и брендов, а также анализировать их эффективность	<p>ПК-6.1 Формулирует целевой репутационный образ компании/бренда</p> <p>ПК-6.2 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной политики компании/бренда</p>	<p>Знать: основные составляющие в реализации PR проектов ТНК, специфику коммуникационных кампаний в России и мире, юридические и финансовые аспекты работы в области коммуникационных услуг, теорию стратегии позиционирования и ведения коммуникационной политики на национальном и глобальном рынках, эволюцию развития маркетинговых коммуникаций ТНК, опыт ключевых игроков международного рынка и лучшие кейсы успешных PR-кампаний в мире и России.</p> <p>Уметь: составить бизнес-план, дорожную карту, интеллектуальную карту проекта, разработать договор, техническое задание на услуги, смету реализации кампании, определить состав команды, ее подготовку и мотивацию для участия в коммуникационных кампаниях ТНК, разработать презентационные и рекламные материалы, применять полученные знания в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть навыками: работы в международной команде, анализа конкурентной среды, определения целей и задач, KPI кампании, планирования, организации и мотивации команды, решения комплексных задач.</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет, 3 семестр

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>				
Тема 1. Глобализация экономики и развитие ТНК в мире и России.	2	4		4
Тема 2. Модели интернационализации компаний, виды	2	4		4

и структура ТНК.				
Тема 3. Межкультурная деловая коммуникация.	2	4		4
Тема 4. Стратегический анализ (SWOT, PEST, силы Портера).	2	6		4
Тема 5. Особенности комплексного управления коммуникациями ТНК.	2	6		4
Тема 6. Инструменты управления внутренними коммуникациями.	3	6		4
Тема 7. Правовые и этические основы функционирования ТНК.	2	4		4
Тема 8. Аудит коммуникационной политики компании.	3	4		4
Тема 9. Работа коммуникационных департаментов организации.	2	4		4
Тема 10. Компетенции специалиста отдела международных коммуникаций, навыки в эпоху глобализации.	2	4		4
Всего за семестр:	22	46		40
Всего по дисциплине:	22	46		40

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Глобализация экономики и развитие ТНК в мире и России.

Понятие глобализации. Международная деятельность компаний. Определение ТНК. Глобальные и национальные индексы и рейтинги ТНК (Forbes, Global и прочие).

Тема 2. Модели интернационализации компаний, виды и структура ТНК.

Модели интернационализации компаний (стадийные модели, модель Даннинга, Упсальской школы, сетевой подход, born global). Классификация ТНК (горизонтальные, вертикальные, интегрированные). Виды ТНК (концерн, стратегический альянс, франшиза, ТНБ – транснациональный банк и др.). Структура ТНК. Критерии отнесения компании к транснациональной (вкл. критерии ООН). Влияние ТНК на экономику страны и мира.

Тема 3. Межкультурная деловая коммуникация.

Понятие культуры, деловой культуры. Классификация культур Льюиса. Классификация культур Хофстеде. Преодоление стереотипов. Национальные модели ТНК.

Тема 4. Стратегический анализ (SWOT, PEST, силы Портера).

Стратегический анализ коммуникационных проектов ТНК. Выявление сильных и слабых сторон проекта. PEST-анализ. 5 сил Портера, конкурентный ромб Портера.

Тема 5. Особенности комплексного управления коммуникациями ТНК.

Понятие комплексного управления коммуникациями. Взаимосвязь маркетинга, связей с общественностью и рекламой. Инструменты комплексного управления внешними коммуникациями. Разработка action plan, применение на практике метода постановки задач SMART. Особенности управления бюджетом коммуникационных подразделений компании. Бюджетное планирование. Оценка эффективности коммуникаций. Понятие ROI, PR-value, затрат на 1 привлеченного клиента. Инструменты оценки динамики имиджа компании.

Тема 6. Инструменты управления внутренними коммуникациями.

Понятие внутренних коммуникаций и внутреннего PR. Сравнение атрибутов внутреннего и внешнего PR. Понятие корпоративной культуры. Управляемость корпоративной культурой. Атрибуты корпоративной культуры. Система внутренних коммуникаций, обзор инструментов (корпоративная пресса, интранет, собрания сотрудников и пр.)

Тема 7. Правовые и этические основы функционирования ТНК.

Правовые основы PR. PR как компонент рыночной культуры и современного бизнеса. Роль этики в связях с общественностью. Кодексы правил профессионального поведения.

Тема 8. Аудит коммуникационной политики компании.

Результаты аудита коммуникаций. Корректировка коммуникационной политики. Принцип отложенного влияния коммуникаций на показатели компании.

Тема 9. Работа коммуникационных департаментов организации.

Организационная структура коммуникационных отделов компании. Цели и задачи отделов. Особенности структуры подразделений Пресс-службы, Отдела маркетинга, Отдела рекламы и пр. Принципы эффективного взаимодействия департаментов.

Тема 10. Компетенции специалиста отдела международных коммуникаций, навыки в эпоху глобализации.

Сравнение компетенций специалистов пресс-службы, отдела маркетинга, отдела рекламы и пр. Особенности составления резюме, прохождения интервью, адаптации в компании. Концепция life-long learning. Навыки лидерства и самопрезентации сотрудника. Навыки в области международной коммуникации.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1.	2	3
1.	Тема 1. Истории успеха ТНК в эру глобализации.	Практические занятия/ презентации
2.	Тема 2. Концерны, франшизы, лицензии и прочие виды интернационализации компаний.	Практические занятия/ Доклад-сообщение
3.	Тема 3. Межкультурная деловая коммуникация.	Практические занятия/ Творческое задание
4.	Тема 4. Стратегический анализ (SWOT, PEST, силы Портера).	Практические занятия/ Контрольная работа
5.	Тема 5. Особенности комплексного управления коммуникациями ТНК.	Практические занятия/ Деловая игра
6.	Тема 6. Инструменты управления внутренними коммуникациями.	Практические занятия/ Творческое задание
7.	Тема 7. Правовые и этические основы функционирования ТНК.	Практические занятия/ презентации
8.	Тема 8. Аудит коммуникационной политики компании.	Практическое занятие/сообщения
9.	Тема 9. Работа коммуникационных департаментов организации.	Практическое занятие/доклады
10.	Тема 10. Компетенции специалиста отдела международных коммуникаций, навыки в эпоху глобализации.	Практическое занятие/защита проектов

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса, обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся;
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1,2,3,4,5,6, 7,8, 9	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.

№ темы	Вид самостоятельной работы
4	Подготовка к контрольной точке №1 Выполнение индивидуальных контрольных заданий в виде доклада-сообщения.
10	Подготовка к контрольной точке №2 Выполнение индивидуальных контрольных заданий в виде защиты проектов.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках реализации дисциплины «Коммуникационная политика транснациональных бизнес-корпораций» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- деловая игра (тема № 5);
- защита проектов (тема № 10);
- презентации (тема № 1,7);
- доклад-сообщение (тема № 2, 9);
- лекция-дискуссия (тема № 8);
- творческое задание (тема № 3, 6);
- контрольная работа (тема № 4).

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

Доклад-сообщение - выступление, содержащее научную информацию. Оптимальное время доклада — 5-10 минут. Докладчик коротко излагает историю вопроса и информирует слушателей о том, какой материал был использован при подготовке доклада. Основная часть доклада содержит рассуждения автора, касающиеся избранной проблемы, изложение собственной точки зрения, которую докладчик обосновывает, используя различные способы доказательств: приводит аналогичные примеры, цитирует высказывания видных ученых, общественных деятелей, ставит вопросы, использует примеры из жизненного опыта слушателей. В заключительной части обобщается сказанное, формулируются выводы и предложения.

Защита проектов. В процессе подготовки к практическому занятию в форме защиты проектов студенты за 2 недели до занятия получают задание на решение тематической задачи на фоне конкретной организации, оформление которого осуществляется в форме презентации. Организацию студент выбирает самостоятельно. На практическом занятии студенты представляют презентации своих проектов. Время на представление проекта и его обсуждение отводится до 15 минут.

Лекции-дискуссии. В ходе такой лекции преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Происходит взаимодействие преподавателя и учащихся, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Данный вид занятия позволяет активизировать познавательную деятельность аудитории, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых слушателей. Обучающимся предлагается проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал. По ходу лекции - дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде

ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает коротко обсудить, затем дать краткий анализ.

Презентации – документ или комплект документов, предназначенный для представления проекта, продукта и т.п. Цель презентации — донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно всё вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации.

Творческое задание – задание, которое содержит больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Данный вид заданий дает возможность найти свое собственное «правильное» решение. Выполнение творческих заданий требуют от обучающегося воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода: подборка примеров из практики; подборка материала по определенной проблеме и т.п. Важно, чтобы обучающийся научился структурировать, анализировать, сопоставлять материал, а также сравнить изложение изучаемой темы разных авторов, и обосновать свои предложения о наиболее целесообразной форме представления материала.

Контрольная работа – это наиболее традиционный способ оценки знаний. Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности.

Деловая игра – учебные деловые игры применяются с целью дать практику принятия решений в условиях, приближенных к реальным. В деловой игре каждый участник играет роль, выполняет действия, аналогичные поведению людей в жизни, но с учетом принятых правил игры

Обязательными признаками деловой игры являются:

- наличие общих целей всего игрового коллектива;
- наличие различных ролей и в соответствии с ними различие интересов (конфликт) участников, назначенных выполнять эти роли;
- невозможность полной формализации системы, наличие неопределенности в обстановке, учет вероятностного характера многих факторов и, исходя из этого,
 - наличие игровой имитационной модели рассматриваемого процесса;
 - наличие реального или условного фактора времени;
 - наличие системы оценки результатов игровой деятельности;
 - наличие системы мотивации участников, дающей объективную оценку личного вклада каждого участника игры в достижение общей цели, общего результата деятельности игрового коллектива;
- многоальтернативность решений;
- обязательное минимально необходимое и достаточное документальное обеспечение деловой игры;
- наличие управляемого эмоционального напряжения.

В оценке результатов игры преобладает фактор качества принятых решений.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Кутыркина Л.В. Коммуникационная политика компаний: средства, технологии, управление. - Москва : Русайнс, 2018-147 с.	Основная	-	ЭБС BOOK.ru
Михалкин, Владимир Анатольевич Организация и формы международного бизнеса : Учебное пособие : ВО - Магистратура / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва : Издательство "Магистр", 2015. - 448 с.ВО – Магистратура	Основная	-	ЭБС ZNANIUM
Сорокина, Наталья Валерьевна Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации : Монография : Дополнительное профессиональное образование / Забайкальский государственный университет. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2014. - 265 с.	Дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Дайер, Дэвис Procter & Gamble. Путь к успеху: 165-летний опыт построения брендов : Практическое руководство : ВО - Кадры высшей квалификации. -Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 524 с. ВО - Кадры высшей квалификации	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Ласкова, М.В. Особенности функционирования лингвокультурного концепта «волшебство» в сказочном и рекламном дискурсах : монография : ВО – Магистратура. -Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета (ЮФУ), 2013. - 116 с. ВО – Магистратура	Дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Молчанова, Ольга Ильинична Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : Монография : Дополнительное профессиональное образование / Санкт- Петербургский государственный экономический университет. - Москва : ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2019. -241 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Пономарева, Александра Михайловна Коммуникационный маркетинг: креативные	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM

средства и инструменты : Учебное пособие : ВО - Магистратура / Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), в г. Миллерово. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2016. - 247 с. ВО – Магистратура			
Кузин, Сергей Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении : Аспирантура. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 258 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Иванова, Юлия Николаевна Трансрегиональные корпорации: планирование и управление в условиях модернизации российской экономики : Монография. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 188 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Дементьева, Алла Геннадьевна Корпоративное управление : Учебник : ВО - Магистратура / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - Москва : Издательство "Магистр", 2019-496 с.	Дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Пивоваров, Александр Михайлович Деловые коммуникации: социально-психологические аспекты : Учебное пособие : ВО - Магистратура / Санкт-Петербургский государственный университет. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2017. - 146 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛенинка – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com

7	Электронная библиотека СПбГЭУ – opac.unicon.ru
---	------------------------------------------------------------------------------------

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (ПО)

№	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
3	7-Zip (freeware)
4	FireFox 77.0.1 (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 78 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол 1 шт., доска меловая 1 шт., кафедра 1 шт., вешалка стойка 3 шт., жалюзи 6 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., Экран Projecta Compact Electrol 153x200 см Matte White S - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В», Ауд. 207

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).