# Корпоративні комунікації

**Мета** – сформувати здатність стратегічно планувати й реалізовувати внутрішні та зовнішні комунікації організації в цифровому середовищі, управляти репутацією і кризовою взаємодією.



**Марина Віталіївна Белла**

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри інформаційної діяльності

## Змістовні модулі:

1. Теорія, стратегія й планування корпоративних комунікацій.
2. Внутрішні та зовнішні канали, цифрові інструменти й корпоративні події.
3. Репутація, кризові, міжкультурні та етичні комунікації.

## Результати навчання:

- розробляти комунікаційну стратегію організації;
- добирати канали та цифрові інструменти для цільових аудиторій;
- планувати внутрішні й зовнішні комунікаційні кампанії;
- оцінювати ризики та управляти репутацією в кризових ситуаціях.

Семестр: 2 Форма контролю: залік

Кількість годин / кредитів: 180 / 6

Кафедра інформаційної діяльності