

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.02**

Организация корпоративных коммуникаций

Учебный план: ФГОС 3++38.03.02\_ Бизнес-администрирование и консалтинг №1-1-59.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Бизнес-администрирование и консалтинг  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

Доцент

\_\_\_\_\_

Лашкова

Ирина

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина

Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова Марина

Николаевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать у обучающихся теоретические знания, умения и практические навыки эффективной организации корпоративных коммуникаций, освоение и применение различных коммуникационных технологий с учетом сфер деятельности организации.

**1.2 Задачи дисциплины:**

Изучение особенностей организации корпоративных коммуникаций;

Изучение понятийного аппарата организации корпоративных коммуникаций;

Формирование представлений о сущности управления коммуникациями в организации, сферу его применения;

Ознакомление с основными факторами повышения эффективности коммуникационного менеджмента;

Ознакомление с процессом управления внешними и внутренними коммуникациями;

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Деловые коммуникации и документирование

Основы современных технологий

Информационные технологии

Методы принятия управленческих решений

Процессное и проектное управление

Теория организации

Экономическая теория

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-5: Способен внедрять кросс-функциональный процесс организации или административный регламент организации или их усовершенствование</b>
<b>Знать:</b> методы принятия управленческих решений в работе с персоналом; принципы построения кросс-функциональных процессов обмена информацией и их регламентации
<b>Уметь:</b> реализовать технологию коммуникационного взаимодействия с наименьшими потерями информации и поиском консенсуса
<b>Владеть:</b> навыками совершенствования коммуникационных внутренних и кросс-функциональных процессов и регламентов; навыками доведения принятых решений до сведения персонала.

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Корпоративные коммуникации, их роль в организации. Основы корпоративной идентичности	4					О
Тема 1. Корпоративные коммуникации: основные положения и базовые характеристики (сущность, цели, функции, структура и особенности).		1		4	ИЛ	
Тема 2. Виды корпоративных коммуникаций в организации. Сущность коммуникационной политики. Службы, отделы, специалисты корпоративной коммуникации, их задачи и функции.		2	2	4	ИЛ	
Тема 3. Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями. Корпоративный стандарт коммуникации. Управление внутрикорпоративными коммуникациями. Подходы и инструменты.			2	4	ИЛ	

<p>Тема 4. Корпоративная идентичность: сущность, функции, структура. Основные типы корпоративной идентичности (партнерский, приспособленческий, конфронтационный). Механизм формирования корпоративной идентичности: методы, этапы (инициация, интериоризация). Типичные нарушения корпоративной идентичности и способы их преодоления.</p>	2	2	4	ИЛ	
<p>Раздел 2. Система внутренних корпоративных коммуникаций</p>					
<p>Тема 5. Сущность и составляющие системы внутрикорпоративных коммуникаций. Задачи, которые призвана решать система внутрикорпоративных коммуникаций. Проблемы эффективного функционирования системы внутрикорпоративных коммуникаций.</p>	2		2	ИЛ	О
<p>Тема 6. Основные средства и цели системы внутрикорпоративных коммуникаций. Разработка системы внутрикорпоративных коммуникаций:          – анализ ситуации и внутренний аудит коммуникаций;          – разработка стратегии;          – тактические действия;          – оценка эффективности.</p>		4	2	ИЛ	
<p>Раздел 3. Организация внутрикорпоративного информационного пространства как пространства коммуникации</p>					О

<p>Тема 7. Информационные основы коммуникативной деятельности. Базовая схема процесса передачи информации. Каналы информации внутрикорпоративных коммуникаций и их особенности. Способы налаживания эффективной системы информирования в организации и оценка ее эффективности.</p>	2	2	2	ИЛ	
<p>Тема 8. Печатные средства внутрикорпоративных коммуникаций (корпоративные издания, информационные стенды, ящики обратной связи, буклеты, плакаты, доклады). Технологические средства внутрикорпоративных коммуникаций (интранет-сайт, спутниковое телевидение, местный радио и телеэфир, проекционные экраны, «горячие» и прямые линии, электронная почта и SMS, электронные бюллетени, аудио и видеоконференции, информационные терминалы, видеофильмы). Персональные средства внутрикорпоративных коммуникаций (общие собрания, планерки, информационные сессии подразделений, неформальные встречи с руководством).</p>		6	4	ИЛ	

Тема 9. Организация обратной связи в системе внутрикорпоративных коммуникаций. Развитие информационной активности сотрудников. Организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии кампании.			4	ИЛ	
Раздел 4. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации					
Тема 10. Корпоративная культура: понятие, функции и их характеристика. Принципы корпоративной культуры и ее классификация. Основные отличия сильной корпоративной культуры. Ее воздействие на успехи компании.			4	ИЛ	
Тема 11. Структура корпоративной культуры организации. Ее основные элементы. Поведенческие компоненты корпоративной культуры (жаргон, сленг, корпоративный гимн, слоган, мифы, легенды, ритуалы и церемонии). Идейные компоненты корпоративной культуры (нормы и ценности) и их характеристика. Методы получения информации о корпоративной культуре в процессе культурной адаптации.	2	2		ИЛ	О
Тема 12. Процесс формирования корпоративной культуры в организации, его основные этапы и механизмы. Факторы, способствующие формированию и поддержанию корпоративной культуры в организации. Диагностика корпоративной культуры, ее качественная и количественная характеристики.	2	4		ИЛ	

Тема 13. Разработка корпоративных ценностей, правил, этических стандартов корпоративного поведения. Процедура разработки и внедрения корпоративного кодекса. Его роль в системе корпоративных коммуникаций. Корпоративная культура и корпоративная миссия в формировании корпоративной репутации.	2	2	4	ИЛ	
Раздел 5. Эффективность корпоративных коммуникаций. Конфликты в корпоративных коммуникациях					
Тема 14. Понятие эффективности коммуникации. Влияние процесса коммуникации на ее эффективность. Критерии эффективности корпоративных мероприятий и событий. Барьеры эффективной корпоративной коммуникации, их причины и классификация. Пути их преодоления.	2	2	4	ИЛ	О

Тема 15. Причины возникновения конфликтов в корпоративных коммуникациях, их типология, структура и динамика. Стратегия поведения в конфликтных ситуациях. Антикризисные корпоративные коммуникации. Последствия конфликтов в корпоративных коммуникациях для организации. Методы предупреждения и разрешения конфликтов в корпоративных коммуникациях.	2	2	4,75	ИЛ	
Раздел 6. Формы делового общения в корпоративных коммуникациях организации					
Тема 16. Деловое общение: виды, коммуникативные формы, технологии. Вербальные и невербальные средства коммуникации. Коммуникативные особенности проведения различных корпоративных мероприятий: пресс-конференций, брифингов, рекламных кампаний, промоакций, встреч с представителями целевых аудиторий и т.д. Эффективное деловое общение как составляющая внутрикорпоративных коммуникаций (деловые совещания, беседы, заседания, переговоры, дистанционное общение).	2	6	4	ИЛ	О
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	56,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	51,25		56,75		

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-5	<p>Формулирует основные положения и базовые характеристики корпоративных коммуникаций</p> <p>Разрабатывает стратегию и тактику коммуникативных особенностей проведения различных корпоративных мероприятий</p> <p>Участвует в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p>Вопросы устного собеседования</p> <p>Типовые практико-ориентированные задания</p>

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с возможными несущественными ошибками.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	

Не зачтено	Ответ на теоретический вопрос не полный, с существенными ошибками. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
------------	---	--

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 4	
1	Понятие корпоративной коммуникации: особенности, структура, виды.
2	Коммуникация как функция управления организацией. Разновидности коммуникаций в организации.
3	Современные коммуникационные технологии в организации. Средства корпоративных коммуникаций.
4	Роль корпоративных коммуникаций в системе управления. Основные компоненты корпоративного коммуникационного процесса.
5	Внутренняя коммуникационная сеть организации. Механизмы и методы повышения эффективности корпоративных коммуникаций.
6	Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями. Организация внутрикорпоративного информационного пространства как пространства коммуникации.
7	Корпоративные издания, сайт и интранет как каналы внутренней коммуникации.
8	Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций. Организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии компании.
9	Методы построения привлекательного для сотрудников и рынка труда корпоративного имиджа. Формирование внутренней деловой репутации компании.
10	Преодоление ситуаций, угрожающих внутренней корпоративной репутации. Формирование коллективных представлений сотрудников о миссии и стратегии компании.
11	Технология проведения информационной компании для сотрудников. Критерии эффективности корпоративных событий (events).
12	Корпоративная культура: понятие, функции, структура. Корпоративная культура, корпоративная миссия, корпоративная репутация: общее и особенное.
13	Инструменты формирования и управления корпоративной культурой. Этика и этикет в корпоративных коммуникациях.
14	Разработка корпоративных ценностей и правил поведения. Процедура разработки и внедрения корпоративного кодекса.
15	Методы и этапы формирования корпоративной идентичности. Типичные нарушения корпоративной идентичности и способы их преодоления.
16	Разработка и реализация PR- компании по развитию корпоративной идентичности. Структура и функции отдела по коммуникациям в организации.
17	Профессиональные требования, предъявляемые к менеджеру по коммуникациям. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на предприятии.
18	Характеристика барьеров корпоративной коммуникации и способы их преодоления. Учет психологических факторов в корпоративных коммуникациях.
19	Конфликты в корпоративных коммуникациях: типология, причины, структура, динамика. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.
20	Методы генерирования идей в корпоративных коммуникациях. Формы делового общения в корпоративных коммуникациях: виды, коммуникативные формы.
21	Коммуникативные особенности проведения корпоративных мероприятий (прессконференций, брифингов, рекламных кампаний, встреч с представителями целевых аудиторий, выставок и т.д.).
22	Эффективное и конструктивное проведение совещаний, заседаний, переговоров, торгов, приемов, дискуссий, и т.д., их информационное обеспечение.
23	Деловое общение и формирование команды в организации. Виды общения, коммуникативные формы, средства и технологии. Ожидаемые результаты.
24	Вербальные средства в корпоративной коммуникации.
25	Невербальные средства в корпоративных коммуникациях. Внешние проявления эмоциональных состояний.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Выберите виды коммуникации:

- а) первичные и вторичные
- б) главные и второстепенные
- в) вербальные и речевые
- г) вербальные и невербальные

Что такое вербальные коммуникации?

- а) язык телодвижений и параметры речи
- б) устные и письменные
- в) знаковые и тактильные
- г) нет правильного ответа

Что такое невербальная коммуникация?

- а) включение в речь пауз, других вкраплений, например, покашливание, плача, смеха, наконец, сам темп речи
- б) восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов
- в) сторона общения, состоящая в обмене информацией между индивидами без помощи речевых и языковых средств, представленных в какой-либо знаковой форме

Выберите факторы, которые не способствуют эффективному выступлению:

- а) отдавайте предпочтение длинным предложениям
- б) никаких скороговорок
- в) держите паузу
- г) берите в руки что поярче и расставляйте акценты

Что такое одноканальный процесс коммуникации?

- а) коммуникация без обратной связи
- б) коммуникация с истинной обратной связью
- в) коммуникация с неистинной обратной связью
- г) коммуникация с истинной и неистинной обратной связью

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Создать модель проведения деловой беседы, пресс-конференции, делового телефонного разговора (на выбор), предложить примеры, иллюстрации.
2. Составить перечень информационных документов корпоративных коммуникаций, отметив ситуации использования их, выделив требования к содержанию, стилю изложения, структуре и форме информационных документов и эффективности их использования.
3. Разработать концепцию сценария и информационное обеспечение корпоративного мероприятия: презентация, выставка (на выбор), юбилей фирмы, празднование Нового года и т.д.
4. Исследовать на примере конкретной организации практику создания корпоративного бренда.
5. Проанализировать практику действующей компании по организации внутрикорпоративного информационного отдела, построения каналов внутрикорпоративной информации.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время на подготовку 0.5 часа; в это время входит подготовка ответа на теоретический вопрос.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Коробанова Ж.В., Камнева Е.В., Симонова М.М., ред.	Основы деловой и публичной коммуникации в профессиональной деятельности: Учебник для бакалавриата	Москва: Прометей	2019	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=365922">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=365922</a>
Горфинкель, В. Я., Торопцов, В. С., Швандар, В. А.	Коммуникации и корпоративное управление	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81642.html">http://www.iprbookshop.ru/81642.html</a>



Звягинцева, О. С.	Командная работа и коммуникации	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/109383.html">http://www.iprbookshop.ru/109383.html</a>
Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг:	Москва: Дашков и К	2018	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=342403">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=342403</a>
Азоев Г. Л., ред.	Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию. Учебник для вузов. — (Серия «Учебник для вузов»)	Санкт-Петербург: Питер	2021	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=373482">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=373482</a>
Ромат Е., Сендеров Д.	Маркетинговые коммуникации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения	Санкт-Петербург: Питер	2018	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=356229">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=356229</a>

#### 6.1.2 Дополнительная учебная литература

Степанов, М. А.	Эстетика рекламной коммуникации	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/102698.html">http://www.iprbookshop.ru/102698.html</a>
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/99362.html">http://www.iprbookshop.ru/99362.html</a>
Генералова, С. В.	Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров	Саратов: Вузовское образование	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/97408.html">http://www.iprbookshop.ru/97408.html</a>
Васильева, Л. А., Васильев, А., Воронин, А., Гарина, Т., Ермоленко, Н., Пестерев, А., Реброва, Т., Стрекалова, Я., Чунижекова, Т., Шмыгина, А., Яковенко, С.	Коммуникации в туристском бизнесе	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/76814.html">http://www.iprbookshop.ru/76814.html</a>
Зайцева, А. В.	Теория коммуникации	Луганск: Книта	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/111217.html">http://www.iprbookshop.ru/111217.html</a>
Кардинская С. В. (ответственный)	Реклама и связи с общественностью. Коммуникации и технологии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209407">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209407</a>

#### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.6](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6)

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>

#### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

СПС КонсультантПлюс

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

#### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска

