

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07

Корпоративные коммуникации

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_42.03.01_ИБК_ЗАО_Бренд-менеджмент.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	8	8	119	9	4	Экзамен
	РПД	8	8	119	9	4	
Итого	УП	8	8	119	9	4	
	РПД	8	8	119	9	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат психологических наук, Доцент

Смирнова Вероника
Владимировна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области корпоративных коммуникаций, необходимых для осуществления деятельности в сфере рекламы и связях с общественностью

1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть теоретические и современные аспекты корпоративной коммуникации.
- Раскрыть специфику корпоративной коммуникации.
- Проанализировать специфику корпоративной культуры и психологические особенности работы с персоналом, коллективом.
- Показать особенности осуществления мониторинга и моделирования коммуникационных процессов в организации.
- Раскрыть сущность выстраивания корпоративных коммуникаций и социально-психологических технологий их поддержания.
- Показать особенности методов диагностики корпоративных коммуникаций и корпоративной культуры.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Основы брендинга

Основы сторителлинга

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКо-1 : Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
Знать: специфику корпоративной коммуникации в системе маркетинговой деятельности организации.
Уметь: осуществлять мониторинг и моделирование коммуникационных процессов в организации.
Владеть: методами диагностики и навыками выстраивания корпоративных коммуникаций в маркетинговой деятельности предприятия.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Корпоративные коммуникации: социально-психологические особенности.	3				
Тема 1. Тема: Предмет и задачи курса «Корпоративные коммуникации». Корпоративная коммуникация: понятие, подходы, методы изучения. Роль и место корпоративной коммуникации в системе управления человеческими ресурсами компании. Практическое занятие: Актуальные вопросы корпоративной коммуникации.		0,5	0,5	10	ИЛ
Тема 2. Тема: Корпоративные коммуникации: особенности эффективного взаимодействия. Основные характеристики корпоративной коммуникации: содержание, функции, уровни, средства. Барьеры в корпоративной коммуникации, причины возникновения и проявления. Диалог как организационный принцип коммуникативной деятельности. Дискуссия как форма диалога. Практическое занятие: Требования к эффективным корпоративным стандартам коммуникации. Корпоративные слухи как элемент корпоративной коммуникации.		0,5	0,5	10	
Тема 3. Тема: Коммуникативное единство организации и социально-психологический климат. Коммуникативная компетентность руководителя и персонала как основа культуры управления. Характеристика социально-психологического климата. Практическое занятие: Приверженность и лояльность персонала компании: источники формирования и развития. Ошибки при формировании корпоративной культуры. Пути повышения сотрудничества в корпоративной коммуникации. Методики изучения социально-психологического климата.		0,5	0,5	10	
Раздел 2. Корпоративная культура и ее роль в укреплении корпоративной коммуникации					
Тема 4. Тема: Основные характеристики корпоративной культуры. Корпоративная культура: определение, подходы к изучению. Типология корпоративной культуры. Практическое занятие: Уровни корпоративной культуры. Методы исследования корпоративной культуры.		0,5	0,5	10	ИЛ

<p>Тема 5. Тема: Структурные элементы корпоративной культуры Модели корпоративной культуры (теории О.Харриса, Р.Морана, Э.Шейна, Г.Хофстеде, Т.Парсонса, С.Ханди. Практическое занятие: Элементы корпоративной культуры и их характеристика. Имидж организации и его значение в системе корпоративной коммуникации. Репутация компании: сущность, формирование, управление.</p>	0,5	0,5	10	
<p>Тема 6. Тема: Функции и принципы формирования корпоративной культуры Функции корпоративной культуры. Практическое занятие: Организационные патологии как дефекты корпоративной культуры</p>	0,5	0,5	10	
<p>Раздел 3. Коммуникативные и организационные процессы в организации.</p>				
<p>Тема 7. Тема: Команда: сущностные характеристики и корпоративная коммуникация. Команда: определение, характеристика. Принципы создания команды. Стадии развития команды. Условия и оценка эффективности работы команды. Типология команды. Роль руководителя при формировании команды. Практическое занятие: Коммуникация при работе в команде. Основная характеристика командных ролей.</p>	0,5	0,5	12	ИЛ
<p>Тема 8. Тема: Руководство и лидерство в системе корпоративного управления. Руководство и лидерство – постановка проблемы. Личностный потенциал: психофизиологический, трудовой, творческий. Личность руководителя – психологический портрет. Функции и стили руководства. Профессиональные способности руководителя. Практическое занятие: Лидерство: социально-психологический анализ. Профессиональная ответственность как характеристика руководства и лидерства.</p>	0,5	0,5	10	
<p>Тема 9. Тема: Конфликты в системе корпоративных отношений. Предмет и типология организационных конфликтов. Причины возникновения и этапы развития организационных конфликтов. Функции организационного конфликта. Практическое занятие: Методы диагностики организационных конфликтов. Стратегии поведения и методы управления организационными конфликтами. Моббинг как дезорганизующая стратегия в корпоративной коммуникации.</p>	1	1	10	
<p>Раздел 4. Социально-психологические технологии поддержания корпоративной коммуникации.</p>				

Тема 10. Тема: Мотивационный механизм развития и укрепления корпоративной коммуникации. Мотивация персонала как элемент корпоративной культуры. Виды и методы мотивации персонала. Практическое занятие: Современные программы мотивации персонала.	1	1	10	ИЛ
Тема 11. Тема: Тайм-менеджмент как социально-психологическая технология в практике корпоративного управления и коммуникации Тайм-менеджмент как эффективная технология самоорганизации. Хронофаги и причины их возникновения. Практическое занятие: Методики тайм-менеджмента. Самоменеджмент в системе корпоративного управления.	1	1	9	
Тема 12. Тема: Стресс-менеджмент как социально-психологическая технология в практике корпоративного управления и коммуникации. Понятие стресса. Причины формирования стресса в профессиональной деятельности. Виды стресса. Практическое занятие: Профилактика стресса. Профессиональные деформации и психическое выгорание. Стрессоустойчивость как профессиональная компетентность.	1	1	8	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	8	119	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине	18,5		125,5	

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
ПКо-1	- характеризует понятие, функции и значение корпоративной коммуникации в системе маркетинговой деятельности организации, - анализирует базовые теории корпоративной культуры, - выбирает и эффективно применяет стратегии взаимодействия и навыки самоменеджмента, - разрабатывает алгоритм осуществления мониторинга и моделирования коммуникационных процессов в организации, - выстраивает корпоративные коммуникации и осуществляет их диагностику	перечень вопросов для собеседования, тесты, кейсы

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в	

	оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

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
Курс 3	
1	Корпоративная коммуникация как научная дисциплина.
2	Основные характеристики корпоративной культуры: понятие, виды, структурные элементы.
3	Принципы и признаки корпоративной культуры. Основные признаки позитивной и негативной культуры.
4	Функции корпоративной культуры.
5	Типы корпоративных культур: сильные и слабые корпоративные культуры, положительные и отрицательные корпоративные культуры.
6	Модели корпоративной культуры.
7	Фирменный стиль организации и персонала.
8	Коммуникативная компетентность руководителя и персонала как основа культуры управления.
9	Культура и методика проведения совещаний, беседы.
10	Корпоративные слухи как элемент корпоративной коммуникации.
11	Понятие и значение социально-психологического климата.
12	Организационная приверженность и лояльность персонала.
13	Контроль как функция управления корпоративной культурой.
14	Мониторинг корпоративной культуры.
15	Организационные патологии как дефекты корпоративной культуры.
16	Социально – психологическая характеристика руководства и лидерства.
17	Социальная ответственность и надежность в профессиональной деятельности.
18	Личностный потенциал работника в современных условиях.
19	Мотивация персонала –социально-психологический анализ.
20	Роль руководителя в формировании команды.
21	Личность и организация: проблемы взаимодействия.
22	Профессиональные способности руководителя и персонала.
23	Руководство и лидерство в современных условиях.

24	Командообразование как стратегическая составляющая управления персоналом.
25	Современные мотивационные программы в организации.
26	Основные характеристики делового общения.
27	Организационные конфликты: социально-психологический анализ.
28	Роль руководителя в профилактике и разрешении конфликтов.
29	Проблема моббинга в трудовых коллективах.
30	Самоменеджмент в системе корпоративного управления.
31	Стресс в профессиональной деятельности.
32	Социально – психологический климат как основа корпоративной культуры.
33	Тайм – менеджмент в современном управлении.
34	Корпоративные коммуникации: особенности эффективного взаимодействия.

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Выберите вариант правильного ответа в каждом из вопросов: этот феномен определяется как «вершина, оптимум, совершенство человека, всех его связей, отношений»:

- А) итог
- Б) акме
- В) опыт

2. К какому из основных элементов личностного потенциала относятся – задатки, темперамент, эмоционально – волевая сфера, работоспособность:

- А) психофизиологический потенциал
- Б) трудовой потенциал
- В) творческий потенциал

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс

Тема: Тайм-менеджмент как социально-психологическая технология в практике корпоративного управления и коммуникации.

Цель практического задания – развитие компетенций, способствующих личностному и профессиональному росту, самоорганизации, тайм-менеджменту.

Методика выполнения кейса:

- 1) привести примеры личных хронофагов;
- 2) изучить матрицу Эйзенхауэра и заполнить ее. Проанализировать полученные результаты.

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

Экзамен проводится в устной форме по заранее утвержденным экзаменационным билетам. В течение семестра выполняются контрольные работы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Лайкер, Джеффри, Хосеус, Майкл, Самсонова, М.	Корпоративная культура Тойота: Уроки для других компаний	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82908.html

Горайнова, Н. М.	Корпоративная культура	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81480.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Василенко, С. В.	Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. 2-е изд.	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2012	http://www.iprbookshop.ru/5971.html
Персикова, Т. Н.	Корпоративная культура	Москва: Логос	2012	http://www.iprbookshop.ru/14320.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

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

База профессиональных данных «Мир психологии» [Электронный ресурс]. URL: <http://psychology.net.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска