

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02

Организация корпоративных коммуникаций

Учебный план: 2024-2025 38.03.02 ИБК Биз-админ и консал ОО №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.	Трудоё мкость, 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 Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

Доцент

Лашкова
Антоновна

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

Процессное и проектное управление

Информационные технологии

Теория организации

Методы принятия управленческих решений

Экономическая теория

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способен внедрять кросс-функциональный процесс организации или административный регламент организации или их усовершенствование
Знать: методы принятия управленческих решений в работе с персоналом; принципы построения кросс-функциональных процессов обмена информацией и их регламентации
Уметь: реализовать технологию коммуникационного взаимодействия с наименьшими потерями информации и поиском консенсуса
Владеть: 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	
<p>Тема 9. Организация обратной связи в системе внутрикорпоративных коммуникаций. Развитие информационной активности сотрудников. Организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии кампании.</p>				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					О

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	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	56,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	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	Формулирует основные положения и базовые характеристики корпоративных коммуникаций	Вопросы устного собеседования
	Разрабатывает стратегию и тактику коммуникативных особенностей проведения различных корпоративных мероприятий	
	Участствует в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Типовые практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с возможными несущественными ошибками. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
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
6.1.1 Основная учебная литература				
Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг:	Москва: Дашков и К	2018	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=342403

Азоев Г. Л., ред.	Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию. Учебник для вузов. — (Серия «Учебник для вузов»)	Санкт-Петербург: Питер	2021	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=373482
Коробанова Ж.В., Камнева Е.В., Симонова М.М., ред.	Основы деловой и публичной коммуникации в профессиональной деятельности: Учебник для бакалавриата	Москва: Прометей	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=365922
Звягинцева, О. С.	Командная работа и коммуникации	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/109383.html
Ромат Е., Сендеров Д.	Маркетинговые коммуникации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения	Санкт-Петербург: Питер	2018	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=356229

6.1.2 Дополнительная учебная литература

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	http://www.iprbookshop.ru/76814.html
Генералова, С. В.	Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров	Саратов: Вузовское образование	2020	http://www.iprbookshop.ru/97408.html
Зайцева, А. В.	Теория коммуникации	Луганск: Книта	2021	http://www.iprbookshop.ru/111217.html
Степанов, М. А.	Эстетика рекламной коммуникации	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2019	http://www.iprbookshop.ru/102698.html
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/99362.html

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

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