

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Внутрикорпоративные связи с общественностью»

Дисциплина «Внутрикорпоративные связи с общественностью» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в развитии территории» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности управлять нематериальными активами (создавать на предприятии успешную и эффективную систему внутрикорпоративных коммуникаций) в организации (ПК-2.1); разрабатывать и реализовывать элементы системы стратегического управления персоналом организации (ПК-2.2). Задачи дисциплины: формирование знаний: • успешные корпоративные практики; • основы формирования и поддержания корпоративной культуры среди персонала компании; • системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; • систему каналов внутрикорпоративных коммуникаций на предприятии; • методы проведения социологических исследований среди сотрудников предприятия, в т.ч. методы анализа социальных программ; • правила составления, редактирования и выпуска корпоративной прессы; • правила делового этикета; • теории и методы формирования HR-бренда организации. формирование умений: • определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; проводить социологические исследования на предприятии; • организовывать и проводить мероприятия с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой; • определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала; • определять целевые группы персонала для создания специализированных социальных программ; • планировать и организовывать корпоративные мероприятия для персонала; • устанавливать обратную связь с персоналом; • составлять и редактировать тексты для корпоративного издания; • определять эффективность мероприятий реализуемой корпоративной социальной политики. формирование навыков: • формирования каналов коммуникации с персоналом; • анализа успешных корпоративных практик; • разработки, внедрения и поддержания корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала; • проведения опросов, анкетирования, интервьюирования и анализа полученных результатов, навыками оценки результатов; • организации участия персонала в корпоративных мероприятиях; • создания и выпуска корпоративной прессы; • оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой; • оценки эффективности мероприятий корпоративной социальной политики; • подготовки предложений по совершенствованию корпоративной социальной политики..

Изучаемые объекты дисциплины

• Система внутрикорпоративных связей с общественностью • Каналы внутренних коммуникаций • Корпоративное издание • Корпоративная культура • Кодекс корпоративной этики • Деловой этикет • Методы социологического исследования • Имидж работодателя..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах			
		Номер семестра			
		1			
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	36	36			
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:					
- лекции (Л)				16	
- лабораторные работы (ЛР)					
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)				18	
- контроль самостоятельной работы (КСР)				2	
- контрольная работа					
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	72	72			
2. Промежуточная аттестация					
Экзамен					
Дифференцированный зачет					
Зачет	9	9			
Курсовой проект (КП)					
Курсовая работа (КР)					
Общая трудоемкость дисциплины	108	108			

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
1-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ТЕМА 2. Роль специалиста по внутрикорпоративным коммуникациям.	2	0	3	10
Должностные обязанности. Финансирование внутрикорпоративных коммуникаций. Поиск источников информации для наполнения внутрикорпоративных каналов коммуникации. Информационная безопасность. Взаимодействие с руководителем компании. Управление проектами в сфере внутрикорпоративных связей с общественностью. Основы формирования и поддержания корпоративной культуры среди персонала компании. Создание успешного HR-бренда. Успешные корпоративные практики.				
ТЕМА 7. Установление обратной связи с аудиторией. Анализ системы внутрикорпоративных коммуникаций	2	0	3	10
Ящик предложений. Эффективная обратная связь с персоналом. Работа с негативом. Анализ системы внутрикорпоративных коммуникаций. Методы проведения социологических исследований, оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой, оценки эффективности мероприятий корпоративной социальной политики.				
Раздел 2. ИНСТРУМЕНТЫ И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. ТЕМА 4. Инструменты работы специалиста по внутренним коммуникациям.	2	0	2	12
Системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала. Каскадирование. Наглядная агитация. Награждения. Корпоративное издание. Корпоративные мероприятия. Конкурсы. Корпоративное волонтерство.				
ТЕМА 6. Современные каналы коммуникации внутри компании.	3	0	3	10
Электронные СМИ (радио и телевидение). Корпоративный портал. Корпоративный блог. E-mail-рассылки. Вебинары. Интранет. Корпоративные социальные сети. Вирусное видео. Брендированные фильмы. Геймификация.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ТЕМА 5. Роль корпоративных СМИ в системе внут-рикorporативных коммуникаций.	3	0	2	10
Суть и особенности корпоративного издания. Цели и задачи. Роль внутрикорпоративной прессы в формировании внутрен-него имиджа компании. Классификация корпоративных изда-ний. Редакционные подходы в корпоративной прессе. Журна-листика в корпоративных СМИ. Социализация корпоратив-ных СМИ. Администрирование корпоративной прессы. Ключевые роли: редактор, журналист, дизайнер. Разработка концепции корпоративной прессы. Бюджет. Особенности дизайна корпоративного издания. Средства визуализации. Повышение интереса к изданию читателей. Распространение выпуска. Критерии эффективности.				
ТЕМА 3. Внутренние коммуникации для решения типовых организационных задач.	2	0	3	10
Слияния и поглощения. Информационное сопровождение изменений. Внутрикорпоративные коммуникации в условиях кризиса. Продвижение HR-бренда. Адаптация персонала. Ребрендинг.				
Раздел 1. СУЩНОСТЬ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮТЕМА. ТЕМА 1. Место внутрикорпоративных коммуника-ций в стратегическом управлении компанией.	2	0	2	10
Система внутренних коммуникаций. Отражение корпоратив-ной философии и корпоративной культуры во внутрикорпора-тивных связях с общественностью. Кодекс корпоративной этики. Деловой этикет. Анализ успешных HR-практик.				
ИТОГО по 1-му семестру	16	0	18	72
ИТОГО по дисциплине	16	0	18	72