

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дисциплина:** Внутрикорпоративные связи с общественностью  
(наименование)

**Форма обучения:** очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** магистратура  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** 108 (3)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления)

**Направленность:** Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных  
отраслях  
(наименование образовательной программы)

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование способности разрабатывать и реализовывать элементы системы стратегического управления персоналом организации; формировать сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; создавать нематериальные активы (HR-брендов) на основе самостоятельно проводимых исследований в рамках корпоративной культуры; создания HR-брендов и управление ими в организации; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций в HR-коммуникациях.

#### Задачи

Знать системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; методы анализа социальных программ; теории и методы формирования HR-бренда организации; методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; нормы этики делового общения; понятийный аппарат в области HR-брендов; инструменты бренд-менеджмента; процедуры исследования HR-брендов; инструменты HR-коммуникаций.

Уметь определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала; разрабатывать корпоративные социальные программы; организовывать и проводить мероприятия с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой; формировать сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; соблюдать нормы этики делового общения; формировать и проводить социальную политику и социальные программы; определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; определять целевые группы персонала для создания специализированных социальных программ; определять эффективность мероприятий реализуемой корпоративной социальной политики.

Владеть навыками анализа успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; формирования сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; разработки, внедрения и поддержания корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала; оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой; оценки эффективности мероприятий корпоративной социальной политики; подготовки предложений по совершенствованию корпоративной социальной политики; создания HR-брендов; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для HR-коммуникаций.

### 1.2. Изучаемые объекты дисциплины

Система внутрикорпоративных связей с общественностью  
Каналы внутренних коммуникаций  
Корпоративное издание  
Корпоративная культура  
Кодекс корпоративной этики  
Деловой этикет  
Методы социологического исследования  
HR-бренд

### 1.3. Входные требования

Не предусмотрены

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-1ПК-1.1	Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; нематериальных активов (брендов); инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках корпоративной культуры	Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); инструменты маркетинговых коммуникаций	Зачет
ПК-1.1	ИД-2ПК-1.1	Уметь определять и анализировать внутренние коммуникации; анализировать эффективность HR-брендов организации	Умеет определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить оценку стоимости брендов организации	Контрольная работа
ПК-1.1	ИД-3ПК-1.1	Владеть навыками создания HR-брендов; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для HR-коммуникаций.	Владеет навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	Контрольная работа

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-2.2	ИД-1ПК-2.2	Знать системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; методы анализа социальных программ; теории и методы формирования HR-бренда организации; методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; нормы этики делового общения	Знает системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; методы анализа социальных программ; теории и методы формирования бренда организации; методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; нормы этики делового общения	Зачет
ПК-2.2	ИД-2ПК-2.2	Уметь определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала; разрабатывать корпоративные социальные программы; организовывать и проводить мероприятия с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой; формировать сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; соблюдать нормы этики делового общения; формировать и проводить социальную политику и социальные программы; определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; определять целевые группы персонала для создания специализированных социальных программ; определять эффективность мероприятий реализуемой корпоративной социальной политики.	Умеет определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала; разрабатывать корпоративные социальные программы; организовывать и проводить мероприятия с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой; формировать сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; соблюдать нормы этики делового общения; формировать и проводить социальную политику и социальные программы; определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; определять целевые группы персонала для создания специализированных социальных программ; определять эффективность мероприятий реализуемой корпоративной социальной политики	Контрольная работа
ПК-2.2	ИД-3ПК-2.2	Владеть навыками	Владеет навыками анализа	Контрольная

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>анализа успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; формирования сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; разработки, внедрения и поддержания корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала; оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой; оценки эффективности мероприятий корпоративной социальной политики; подготовки предложений по совершенствованию корпоративной социальной политики</p>	<p>успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; формирования сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; разработки, внедрения и поддержания корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала; оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой; оценки эффективности мероприятий корпоративной социальной политики; подготовки предложений по совершенствованию корпоративной социальной политики</p>	<p>работа</p>

### 3. 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	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	18	18	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	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	

### 4. 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	
1-й семестр				
ТЕМА 1. Место внутрикорпоративных коммуникаций в стратегическом управлении компанией.	2	0	2	10
Система внутренних коммуникаций. Отражение корпоративной философии и корпоративной культуры во внутрикорпоративных связях с общественностью. Кодекс корпоративной этики. Деловой этикет. Анализ успешных HR-практик				

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 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.				
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 5. Роль корпоративных СМИ в системе внутрикорпоративных коммуникаций	3	0	2	10
Суть и особенности корпоративного издания. Цели и задачи. Роль внутрикорпоративной прессы в формировании внутреннего имиджа компании. Классификация корпоративных изданий. Редакционные подходы в корпоративной прессе. Журнал-листика в корпоративных СМИ. Социализация корпоративных 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 6. Современные каналы коммуникации внутри компании.	3	0	3	10
Электронные СМИ (радио и телевидение).				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Корпоративный портал. Корпоративный блог. E-mail-рассылки. Вебинары. Интранет. Корпоративные социальные сети. Вирусное видео. Брендированные фильмы. Геймификация.				
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				
ИТОГО по 1-му семестру	16	0	18	72
ИТОГО по дисциплине	16	0	18	72

#### Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Традиционные и электронные каналы коммуникации.
2	Исследование корпоративной культуры и каналов коммуникации
3	Составление плана работы отдела внутренних коммуникаций
4	Контрольная работа 1
5	Корпоративное волонтерство
6	Российский и международный успешный опыт использования внутренних коммуникаций в период изменений в компании.
7	Инструменты работы специалиста по внутренним коммуникациям. Разработка концепции корпоративной прессы. Составление рубрикатора и тематического плана корпоративного издания
8	Анализ системы внутрикорпоративных коммуникаций
9	Контрольная работа 2.

## 5. Организационно-педагогические условия

### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

### 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

## 6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>1. Основная литература</b>		
1	Герасимов В. Е. PR компаний топливно-энергетической отрасли : учебное издание. Москва : Городец, 2021. 239 с. 15,0 усл. печ. л.	10
2	Козлов В. В., Одегов Ю. Г., Сидорова В. Н. Организационная культура : учебное пособие для бакалавров. Москва : КНОРУС, 2020. 269 с. 17,0 усл. печ. л.	3
3	Молодчик Н. А. Организационное поведение : учебное пособие. Пермь : Изд-во ПНИПУ, 2016. 249 с. 15,75 усл. печ. л.	5
4	Пономарев Н. Ф. Внутрикorporативные и кризисные коммуникации : [учебное пособие]. Пермь : Пресстайм, 2008. 196 с.	3

5	Пономарев Н.Ф. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура : учебное пособие. Пермь : Изд-во ПГУ, 2008. 190 с.	3
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
1	Балашов А. И., Котляров И. Д., Санина А. Г. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие для бакалавров и специалистов. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2012. 318 с. 20,000 усл. печ. л.	1
2	Василенко С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. 2-е изд. Москва : Дашков и К, 2012. 134 с. 8,5 усл. печ. л.	2
3	Вучкович-Стадник А. А. Оценка персонала: четкий алгоритм действий и качественные практические решения. М. : Эксмо, 2008. 188 с.	1
4	Капитонов Э. А., Капитонов А. Э. Корпоративная культура и PR : учебно-практическое пособие. Москва Ростов-на-Дону : MapT, 2003. 412 с.	1
5	Корпоративная культура : учебное пособие / Дерябина М. А., Исправникова Н. Р., Лапин Н. И., Лукашенко О. В. Москва : Изд-во ГУУ, 2003. 278 с.	2
6	Краснова Н. В. HR-стратегия: инструменты разработки и реализации. Москва : Изд-во МФПА, 2011. 117 с. 7,5 усл. печ. л.	2
7	Лучшие HR-решения : сборник статей. М. : Вершина, 2006. 268 с.	3
8	Макарова И. К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента : учебное пособие. Москва : Дело, 2013. 421 с. 26,5 усл. печ. л.	2
9	Персикова Т. Н. Корпоративная культура : учебник для вузов. Москва : Логос, 2017. 286 с. 9,0 печ. л.	1
10	Спивак В. А. Корпоративная культура. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 352 с.	1
11	Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка : учебное пособие для вузов. Москва : ИНФРА-М, 2015. 150 с. 9,31 усл. печ. л.	2
12	Управление нефтегазовыми компаниями: HR-технологии XXI века / Симонова И. Ф., Комарова А. В., Еремина И. Ю., Идигова Л. М. Москва : ЦентрЛитНефтеГаз, 2010. 301 с.	1
13	Хейворд С. Agile-трансформация: готовый план перехода к гибкой бизнес-модели организации : пер. с англ. Москва : Эксмо : Бомбора, 2021. 313 с. 25,93 усл. печ. л.	1
<b>2.2. Периодические издания</b>		
	Не используется	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
	Не используется	
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	Не используется	

## 6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	А.Г. Плеханов Управление персоналом : учебное пособие / В.А. Плеханов А.Г. Плеханов. - Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2011.	<a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUBC78189">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUBC78189</a>	локальная сеть; свободный доступ

## 6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 7 (подп. Azure Dev Tools for Teaching до 27.03.2022 )
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

## 6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
База данных Scopus	<a href="https://www.scopus.com/">https://www.scopus.com/</a>
База данных Web of Science	<a href="http://www.webofscience.com/">http://www.webofscience.com/</a>
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	<a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a>

## 7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	ноутбук, экран, проектор	1

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	ноутбук, экран, проектор	1

## **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине  
«Внутрикорпоративные связи с общественностью»  
*Приложение к рабочей программе дисциплины*

<b>Направление подготовки:</b>	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
<b>Направленность (профиль) образовательной программы:</b>	Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях
<b>Квалификация выпускника:</b>	Магистр
<b>Выпускающая кафедра:</b>	Иностранных языков и связей с общественностью
<b>Форма обучения:</b>	Очная

**Курс:** 1

**Семестр:** 1

**Трудоёмкость:**

Кредитов по рабочему учебному плану: 3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 108 ч.

**Форма промежуточной аттестации:**

1 семестр –зачет

Пермь 2023

**Фонд оценочных средств** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины.

### **1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля**

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (1-го семестра учебного плана) и разбито на 7 учебных тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по лабораторным работам и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
<b>Усвоенные знания</b>						
<b>З.1</b> знать понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты брендменеджмента; нематериальных активов (брендов); инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках корпоративной культуры		ТО		КР		ТВ
<b>З.2</b> знать системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; методы анализа социальных программ; теории и методы формирования HR-бренда организации; методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; нормы этики делового общения		ТО		КР		ТВ
<b>Освоенные умения</b>						
<b>У.1</b> уметь определять и анализировать внутренние коммуникации; анализировать эффективность HR-брендов организации				КР		ПЗ
<b>У.2</b> уметь определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала; разрабатывать корпоративные социальные программы; организовывать и проводить мероприятия с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой; формировать сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; соблюдать нормы этики делового общения; формировать и проводить социальную политику и социальные программы; определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; определять целевые группы персонала для создания специализированных социальных программ; определять эффективность мероприятий реализуемой корпоративной социальной политики.				КР		ПЗ
<b>Приобретенные владения</b>						
<b>В.1</b> владеть навыками создания HR-брендов; использования технических средства и интеграции				КР		КЗ

современных технологий цифровых коммуникаций для HR-коммуникаций.						
<b>В.2</b> владеть навыками анализа успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; формирования сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; разработки, внедрения и поддержания корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала; оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой; оценки эффективности мероприятий корпоративной социальной политики; подготовки предложений по совершенствованию корпоративной социальной политики				КР		КЗ

*С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.*

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

## **2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения**

### **2.1. Текущий контроль усвоения материала**

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

### **2.2. Рубежный контроль**

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме рубежных контрольных работ после изучения тем учебной дисциплины.

#### **2.2.1. Рубежная контрольная работа**

Согласно РПД запланировано 2 рубежные контрольные работы (КР) после освоения студентами учебных модулей дисциплины. Первая КР по теме «Внутрикорпоративные коммуникации в стратегическом управлении компанией», вторая КР – по теме «Каналы и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций».

#### **Типовые задания первой КР:**

1. Проанализировать успешные HR-практики
2. Оценить удовлетворенность персонала корпоративной социальной политикой

#### **Типовые задания второй КР:**

1. Проанализировать успешные корпоративные практики.
2. Оценить эффективности мероприятий корпоративной социальной политики

Типовые шкала и критерии оценки результатов рубежной контрольной работы приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу**

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения), как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

1. Разработать комплекс мероприятий для HR-коммуникаций организации.
2. Подготовить предложения по совершенствованию корпоративной социальной политики организации.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)**

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех запланированных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

#### **2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих запланированных работ студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания**

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки усвоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

##### **2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине**

###### **Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:**

1. Место внутрикорпоративных коммуникаций в стратегическом управлении компанией. Традиционные и электронные каналы коммуникации.
2. Корпоративная философия и корпоративная культура.
3. Роль специалиста по внутрикорпоративным коммуникациям.
4. Инструменты работы специалиста по внутренним коммуникациям.
5. Корпоративное издание в системе внутрикорпоративных коммуникаций. История современного рынка корпоративной прессы в России.

6. Современные каналы коммуникации внутри компании: электронные СМИ (радио и телевидение), корпоративный портал, интранет, корпоративный блог, e-mail-рассылки.

7. Современные каналы коммуникации внутри компании: корпоративные социальные сети, вирусное видео, брендовые фильмы, геймификация.

8. Анализ системы внутрикорпоративных коммуникаций.

**Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:**

1. Опишите систему внутренних коммуникаций на крупном промышленном.

2. Составьте кодекс корпоративной этики крупного промышленного предприятия.

3. Составьте должностную инструкцию специалиста по внутрикорпоративным коммуникациям.

4. Рассмотрите систему внутрикорпоративных каналов коммуникации, определите, какие из них относятся к традиционным, какие к электронным.

5. Разработайте концепцию корпоративной газеты для сотрудников крупного промышленного предприятия.

6. Разработайте критерии эффективности для корпоративного издания.

7. Разработайте систему обратной связи с персоналом крупного промышленного предприятия.

8. Составьте программу оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой крупного промышленного предприятия.

**Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:**

1. Составьте программу изучения уровня удовлетворенности персонала, определите критерии удовлетворенности.

2. Составьте анкету для проведения социологического исследования на предприятии среди молодых сотрудников для выявления отношения к руководству и предприятию.

3. Разработайте программу ежегодного мониторинга эффективности системы внутрикорпоративных коммуникаций.

4. Разработайте программу ежегодного мониторинга эффективности системы внутрикорпоративных коммуникаций.

5. Проанализируйте корпоративную философию предприятия и предположите, каким образом она отразится в системе внутрикорпоративных коммуникаций.

6. Разработайте программу профориентационного мероприятия для учащихся подшефных школ, профильных ссузов и вузов. Определите эффективность мероприятия.

7. Разработайте программу мероприятия в честь Дня пожилого человека. Определите эффективность мероприятия.

8. Проанализируйте практики проведения ребрендинга на предприятиях разных отраслей. Найдите общее и различия в стратегии проведения изменений.

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета

для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций**

#### **3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций**

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.