

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра медиакommunikации

ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 42.03.05 «Медиакommunikации»

Направленность «Медиакommunikации и управление корпоративными медиа»

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения- очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Внутрикорпоративные коммуникации

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

кандидат социологических наук, доцент Л.А. Часовская

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

медиакоммуникации

№ 4 от 20.12.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Приложения

Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины “Внутрикорпоративные коммуникации” является формирование у студентов понимания роли и месте внутренних коммуникаций в системе менеджмента организации.

Задачи дисциплины:

- изучение специфики внутренних коммуникаций;
- овладение знаниями для изучения внутренней среды корпорации;
- развитие навыков по формированию внутренних коммуникаций персонала медийными инструментами;
- формирование каналов распространения информации внутри корпорации;
- формирование практических навыков и умений применения медийных инструментов для повышения эффективности работы персонала корпорации;
- воспитание нравственных качеств сотрудников и соблюдения ими этических норм в соответствии с миссией и стратегией корпорации;
- выработка умений использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций в корпорации.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде;	Знать: основные подходы теории менеджмента к построению эффективной командной работы. Уметь: выстраивать эффективную систему горизонтальных и вертикальных коммуникаций. Владеть: навыками управления разными типами коллективов.
	Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды;	Знать: основные теоретические подходы к построению корпоративной культуры организации. Уметь: организовать работу основных каналов внутрикорпоративных коммуникаций. Владеть: навыками разработки основных элементов корпоративной культуры.

	соблюдает этические нормы взаимодействия.	
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Внутрикорпоративные коммуникации» относится к базовой части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины «Внутрикорпоративные коммуникации» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Социология», «Психология», «Менеджмент», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Организация рекламного отдела», «Основы управления медиапроектами».

2. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	24
7	Семинары/лабораторные работы	32
Всего:		56

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 70 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Тема 1. Коммуникации в корпорации: специфика и особенности	Введение в дисциплину. Содержание понятий :организация, корпорация, организация, учреждение. Системы обратной связи и их роль во внутренних коммуникациях. Актуальность внутренних коммуникаций для современных российских и международных корпораций. Обзор методов исследований внутренних аудиторий. Оценка

		<p>вовлеченности сотрудников. Составные части маркетинговой стратегии: внешний маркетинг, внутренний маркетинг и маркетинг взаимоотношений.</p> <p>Понятие внутреннего маркетинга. Этапы становления внутреннего маркетинга. Научные школы внутреннего маркетинга. Концепция внутреннего маркетинга и ее ключевые элементы. Основные мотивы появления и развития внутреннего маркетинга. Цель и задачи внутреннего маркетинга. Структурные подразделения, обеспечивающие процесс внутреннего маркетинга. Типы организации внутреннего маркетинга. PR и HR – разграничение функционала.</p>
2.	<p>Тема 2. Внутрикорпоративные коммуникации: принципы и основные подходы</p>	<p>Внутренняя среда организации Типы организационных структур – функциональные, дивизионные структуры, продуктовые, региональные структуры, структуры, ориентированные на покупателя, адаптивные структуры и пр. Бюрократия и демократия в организации. Стиль руководства и роль линейных руководителей и топ-менеджмента в успешных внутренних коммуникациях Анализ внутренней среды компании. Набор ключевых внутренних факторов организации и ключевых вопросов. Персонал, кадры. Организационный аспект и организация общего управления.. Организационная культура. Совместное рассмотрение результатов анализа потенциала организации и анализа конкурентов. Пример определения относительных преимуществ организации в конкуренции. Пример анализа внутренней среды организации. Сильные и слабые стороны организации.</p> <p>Определение стратегически значимых видов деятельности. Необходимость адаптации организационных структур для успешной реализации принятой стратегии. Стратегические преимущества и недостатки различных организационных структур управления: функциональной, региональной, децентрализованных хозяйственных подразделений, стратегических бизнес-групп, матричной. Механизмы, дополняющие формальные организационные структуры управления. Современные направления развития организационных структур.</p> <p>Изучение потребностей персонала как постоянный исследовательский процесс, охватывающий все этапы работы конкретного сотрудника.</p>

3.	Тема 3. Разновидности коммуникаций в корпорации	<p>Внутренние целевые аудитории. Мотивации. Системы обратной связи Внутреннее сегментирование сотрудников. Краткий обзор релевантных мотивационных теорий. Изменение восприятия важности соотношения карьеры и семейных ценностей на разных стадиях жизненного цикла. Специфика внутренних коммуникаций в международных и территориально распределенных компаниях Работа внутри мультинациональных компаний, влияние культурных различий на Внутрикorporативные коммуникации. Стили международных коммуникаций. Специфика работы с виртуальными командами. Особенности межкультурных коммуникаций. Внутреннее позиционирование руководства компании на совершенствование и развитие деятельности персонала. Стимулирование персонала к постоянному саморазвитию и обучению.</p> <p>Оценка профессиональных качеств сотрудников и потенциальных сотрудников. Оценка других (не профессиональных) характеристик работника, соответствующих (или противоречащих) корпоративной культуре организации, ее миссии и позиционированию.</p> <p>Стимулирование профессионального и карьерного роста персонала внутри компании. Выявление современных форм и методов получения необходимых профессиональных умений и навыков.</p> <p>Формирование подробной информационной базы по каждому сотруднику. Выявление основных мотивов повышения производительности труда. Ключевые факторы успеха.</p>
4.	Тема 4. Коммуникативные процессы: основные тренды	<p>Корпоративные ценности и корпоративная культура. Модели корпоративных культур. Типы корпоративных ценностей, как формируются и формулируются корпоративные ценности. Зависимость внешнего имиджа компании как работодателя от внутренней атмосферы в компании.</p> <p>Каналы и инструменты внутренних коммуникаций. Природа и характер конкурентной среды внутри кооперации. Общая оценка соперничества структурных подразделений. Изучение лучших примеров эффективности работы персонала.</p> <p>Выявление специфики работы отдельных</p>

		<p>подразделений компании. Индикаторы эффективности деятельности. Анализ направлений деятельности отдельных подразделений и сотрудников.</p> <p>Повышение эффективности деятельности как результат синергии работы отдельных подразделений. Партнерство структурных подразделений. Налаживание информационного обмена между подразделениями. Корпоративные СМИ</p> <p>Многообразие инструментов внутренних коммуникаций в компании. Комплексность и выбор оптимальных каналов коммуникации. Выстраивание системы корпоративных СМИ в компании. Работа с контентом корпоративных СМИ. Специфика контента внутренних СМИ. Отличие от «традиционных СМИ».</p> <p>. следования внутренних корп. изданий. Оценка корп. видео. Оценка вклада сотрудников в заботу о клиентах.</p> <p>Роль корпоративной ответственности во внутренних коммуникациях Социальные программы, благотворительность, экологические проекты. Возрастающая роль волонтерства как объединяющего фактора внутри корпорации.</p>
--	--	---

4. Образовательные технологии

Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1. Коммуникации в корпорации: специфика и особенности	<p>Лекция 1.</p> <p>Практическое занятие 1.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция с использованием видеоматериалов; применяются дистанционные технологии.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением докладов. Презентации креативных концепций. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Научное сообщение (доклад или реферат). Работа в малых группах. Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии.</p>
2.	Тема 2.	Лекция 1.	Лекция – визуализация с разбором

	Внутрикорпоративные коммуникации: принципы и основные подходы	<p>Практическое занятие 1.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>кейсов. Презентации. Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Анализ стилей управления (на примере). Групповая дискуссия. Научное сообщение (доклад или реферат). Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Полевые исследования. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии.</p>
3.	Тема 3. Разновидности коммуникаций в корпорации	<p>Лекция 1.</p> <p>Практическое занятие 1.</p> <p>Практическое занятие 2.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Проблемная лекция. Презентации креативных концепций. Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением докладов. Кабинетные исследования. Анализ стилей (на примере). Групповая дискуссия. Работа в малых группах. Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением докладов. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Групповая дискуссия. Кабинетные исследования. Научное сообщение (доклад или реферат). Работа в малых группах. Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</p>
4.	Тема 4. Коммуникативные процессы: основные тренды	<p>Лекция 1.</p> <p>Практическое занятие 1.</p>	<p>Лекция визуализация с разбором конкретных ситуаций. Применяются дистанционные технологии.</p> <p>Разработка брендбука (по выбору). Разработка элементов фирменного</p>

		<p>Практическое занятие 2.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>стиля. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Групповая дискуссия. Презентации креативных концепций. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Разработка брендбука (по выбору). Разработка элементов фирменного стиля. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Научное сообщение (доклад или реферат). Кабинетные исследования. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Групповая дискуссия. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии.</p>
--	--	--	---

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - контрольные опросы - доклад, реферат - проектная работа (темы № 2- 3- 4)	5 баллов 5 баллов 10 баллов	20 баллов 10 баллов 30 баллов
Промежуточная аттестация тестирование		40 баллов
Итого за семестр зачёт с оценкой		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS
95 – 100	отлично	A
83 – 94		B
68 – 82	хорошо	C
56 – 67		D
50 – 55	удовлетворительно	E
20 – 49	неудовлетворительно	FX
0 – 19		не зачтено

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

1. Актуальность внутренних коммуникаций для современных российских и международных компаний.
2. Типы организационных структур – функциональные, дивизионные структуры, продуктовые, региональные структуры, структуры, ориентированные на покупателя, адаптивные структуры и пр.
3. Стиль руководства и роль линейных руководителей и топ-менеджмента в успешных внутренних коммуникациях
4. Внутренние целевые аудитории
5. Основные мотивационные теории
6. Системы обратной связи, существующие в организации, и их роль во внутренних коммуникациях
7. Модели корпоративных культур.
8. Виды корпоративных ценностей, как формируются и формулируются
9. корпоративные ценности.
10. Влияние культурных различий на внутрикорпоративные коммуникации
Стили международных коммуникаций.
11. Специфика работы с виртуальными командами, управление международными командами
12. Система инструментов внутренних коммуникаций в компании. Выбор оптимальных каналов коммуникации.
13. Специфика контента внутренних СМИ. Отличие от «традиционных СМИ».
14. Основы эффективных внутрикорпоративных мероприятий. сторителлинг и геймификация, роль креативных решений и вовлечения.
15. Методы исследования внутренних аудиторий
16. Корпоративная ответственность и внутрикорпоративные коммуникации
17. Оптимизация процесса взаимодействия структурных подразделений компании для достижения единых (для компании) стратегических целей.
18. Сбор информации об удовлетворенности персонала рабочими условиями.
19. Работа с персоналом компании в направлении повышения взаимодействия сотрудников друг с другом по различным направлениям деятельности.
20. Работа с персоналом компании по повышению «командного духа» посредством организации различных совместных мероприятий и т.п.
21. Информирование сотрудников компании по донесению цели и задач компании и роли каждого сотрудника в их достижении.
22. Взаимосвязь внутреннего маркетинга и миссии компании.
23. Позиционирование руководства компании по отношению к персоналу.
24. Помощь внутреннего маркетинга в организации управленческого механизма.
25. Формирование системы повышения квалификации персонала.

28. Формирование системы критериев для оценки эффективности работы персонала.
29. Персонал, мотивированный на достижение общего результата и удовлетворенный собственным положением в организации.
30. Клиентоориентированный подход в работе организации в целом и всех ее структурных подразделений.
31. Группировка и оценка потребностей персонала.
32. Градация сотрудников в зависимости от выявленных потребностей в помощь иерархической структуре.
33. Осуществление внутреннего позиционирования.
34. Формирование в сотрудниках внутренней потребности постоянного донесения ценностей компании до социума.
35. Качественные критерии оценки результатов внутреннего маркетинга компании.
36. Количественные критерии оценки результатов внутреннего маркетинга компании.
37. Стратегические критерии оценки результатов внутреннего маркетинга компании

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (2 балл);
- теоретическое содержание освоено частично, но в достаточной мере (3 балла);
- теоретическое содержание освоено почти полностью, с незначительными недостатками (4 балла);
- теоретическое содержание освоено полностью (5 баллов).

Темы докладов и рефератов

1. Взаимосвязь управления персоналом и внутреннего маркетинга.
2. Формальное и неформальное лидерство.
3. Анализ внутренней среды корпорации.
4. Мониторинг рынка труда.
5. Направления совершенствования деятельности компании с помощью медийных инструментов.
6. Основные задачи внутреннего маркетинга.
7. Типы организации внутреннего маркетинга.
8. Ключевые элементы внутреннего маркетинга.
9. Алгоритм действия по управлению персоналом с использованием медийных инструментов.
10. Основные показатели, по которым оцениваются результаты внутрикорпоративные коммуникации.

Критерии оценки:

- уровень и качество использования рекомендованной литературы по выбранной теме (1 балл);
- правильность понимания и передачи позиции авторов реферируемых исследований (1 балл);
- грамотность и логичность изложения материала (1 балл);
- наличие аналитического рассуждения автора реферата и обоснования выводов (2 балла).

Тест по дисциплине

Критерии оценки теста:

При оценивании тестирования (выполнения тестовых заданий) учитывается:

- от 50 до 68% правильных ответов на тестовые задания – 20 баллов;
- от 69 до 88% правильных ответов на тестовые задания – 30 баллов;
- от 89 до 100% правильных ответов на тестовые задания – 40 баллов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы¹

Основная и дополнительная литература:

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 229 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24602. - ISBN 978-5-16-012633-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087046> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002563> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / под ред. Г. Акопова. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 304 с. - (Серия «Учебник для вузов»). - ISBN 978-5-4461-1541-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783715> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Кривоко́ра, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.И. Кривоко́ра. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 343 с. - ISBN 978-5-394-04253-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231996> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
6. Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.
7. Папкина, О. В. Деловые коммуникации : учебник / О.В. Папкина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 160 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0301-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1758027> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке

¹ Рекомендуется включать в списки не более 15 печатных изданий.

8. Тулупьева, Т. В. Лекции по основам технологий деловой коммуникации : учебник / Т. В. Тулупьева. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. - 164 с. - ISBN 978-5-288-05855-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1244752> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Шунейко, А. А. Теория и практика эффективной коммуникации : учебное пособие / А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 360 с. - ISBN 978-5-9765-2466-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150937> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"

2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"

3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"

4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с. ЭБС "znanium.com"

5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"

6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

7. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

8. Никитаева, А. Ю. Корпоративные информационные системы: Учебное пособие / Никитаева А.Ю. - Таганрог:Южный федеральный университет, 2017. - 149 с.: ISBN 978-5-9275-2236-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996036> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе : учебник для студентов вузов / Л.С. Сальникова. — Москва : Аспект Пресс, 2015. - 296 с. - ISBN 978-5-7567-0766-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039464> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

10. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

11. Эффективные коммуникации: Практическое руководство - М.:АЛЬПИНА, 2018. - 200 с. ISBN 978-5-9614-6593-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003282> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>
 Информационные справочные системы:
 Консультант Плюс
 Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

Windows
 Microsoft Office
 Kaspersky Endpoint Security
 Adobe Master Collection
 AutoCAD
 Archicad
 SPSS Statistics
 ОС «Альт Образование»
 Visual Studio
 Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR
 Информационные справочные системы:
 Консультант Плюс
 Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;

- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. Коммуникации в корпорации: специфика и особенности

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте определение термина «коммуникация».
2. Приведите основную классификацию коммуникаций.
3. Расскажите о системе взаимосвязей открытой организации.
4. Приведите характеристики основных элементов системы открытой организации.
5. Понятие внутреннего маркетинга.
6. Этапы становления внутреннего маркетинга.
7. Научные школы внутреннего маркетинга.
8. Концепция внутреннего маркетинга и ее ключевые элементы.
9. Основные мотивы появления и развития внутреннего маркетинга.
Контрольные вопросы для блиц-опроса:
10. Внутренняя координация деятельности фирмы
11. Понятие внутренней среды
12. Задачи внутреннего маркетинга
13. Типы организации внутреннего маркетинга

Основная литература:

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 229 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24602. - ISBN 978-5-16-012633-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087046> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002563> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / под ред. Г. Акопова. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 304 с. - (Серия «Учебник для вузов»). - ISBN 978-5-4461-1541-

9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783715> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

4. Кривокоора, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.И. Кривокоора. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 343 с. - ISBN 978-5-394-04253-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231996> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

6. Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

7. Папкова, О. В. Деловые коммуникации : учебник / О.В. Папкова. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 160 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0301-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1758027> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке

8. Тулупьева, Т. В. Лекции по основам технологий деловой коммуникации : учебник / Т. В. Тулупьева. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. - 164 с. - ISBN 978-5-288-05855-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1244752> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Шунейко, А. А. Теория и практика эффективной коммуникации : учебное пособие / А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 360 с. - ISBN 978-5-9765-2466-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150937> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"

2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"

3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"

4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"

5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"

6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

7. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

8. Никитаева, А. Ю. Корпоративные информационные системы: Учебное пособие / Никитаева А.Ю. - Таганрог: Южный федеральный университет, 2017. - 149 с.: ISBN 978-5-9275-2236-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996036> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе : учебник для студентов вузов / Л.С. Сальникова. — Москва : Аспект Пресс, 2015. - 296 с. - ISBN 978-5-7567-0766-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039464> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

10. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

11. Эффективные коммуникации: Практическое руководство - М.:АЛЬПИНА, 2018. - 200 с. ISBN 978-5-9614-6593-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003282> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Тема 2. Внутрикorporативные коммуникации: принципы и основные подходы

Вопросы для обсуждения (доклады):

1. Что собой представляют особенности внутренних коммуникаций в корпорации?
2. Опишите модели коммуникативных сетей, обеспечивающих прохождение горизонтальных и вертикальных информационных потоков.
3. Опишите психологическую структуру внутренних коммуникаций.
4. Каковы основные этапы коммуникационного процесса в организациях? Опишите схемы координации.
5. Анализ внутренней среды корпорации.
6. Определение стратегически значимых видов деятельности.

Контрольные вопросы:

1. Делегирование полномочий
2. Ответственность за принятие решений
3. Сбор информации внутри компании
4. Корпоративная социальная ответственность
5. Интеграция подразделений для достижения общих целей

По этой теме студенты готовят рефераты по теме специфики межкультурных коммуникаций внутри разных регионов России и стран СНГ.

Основная литература:

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 229 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24602. - ISBN 978-5-16-012633-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087046> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002563> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / под ред. Г. Аконова. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 304 с. - (Серия «Учебник для вузов»). - ISBN 978-5-4461-1541-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783715> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Кривокоора, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.И. Кривокоора. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 343 с. - ISBN 978-5-394-04253-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231996> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
6. Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.
7. Папкина, О. В. Деловые коммуникации : учебник / О.В. Папкина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 160 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0301-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1758027> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
8. Тулупьева, Т. В. Лекции по основам технологий деловой коммуникации : учебник / Т. В. Тулупьева. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. - 164 с. - ISBN 978-5-288-05855-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1244752> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
9. Шунейко, А. А. Теория и практика эффективной коммуникации : учебное пособие / А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 360 с. - ISBN 978-5-9765-2466-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150937> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"
2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"
3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"
4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"
5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"

6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

7. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

8. Никитаева, А. Ю. Корпоративные информационные системы: Учебное пособие / Никитаева А.Ю. - Таганрог: Южный федеральный университет, 2017. - 149 с.: ISBN 978-5-9275-2236-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996036> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе : учебник для студентов вузов / Л.С. Сальникова. — Москва : Аспект Пресс, 2015. - 296 с. - ISBN 978-5-7567-0766-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039464> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

10. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

11. Эффективные коммуникации: Практическое руководство - М.:АЛЬПИНА, 2018. - 200 с. ISBN 978-5-9614-6593-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003282> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Тема 3. Разновидности коммуникаций в корпорации

Вопросы для обсуждения:

1. Оценка профессиональных качеств сотрудников.
2. Оценка других (не профессиональных) характеристик работника.
3. Стимулирование профессионального и карьерного роста персонала.
4. Внутреннее позиционирование руководства компании.
5. Назовите наиболее важные цели горизонтальных коммуникаций.
6. Приведите основные характеристики эффективных и неэффективных межличностных коммуникаций в организации.
7. В чем заключается роль обратной связи в межличностных коммуникациях?
8. Каковы основные цели нисходящих коммуникаций?
9. Каковы основные цели восходящих коммуникаций?
10. Опишите методы повышения эффективности восходящих коммуникаций.
11. Какие современные коммуникационные технологии в корпорации вы знаете?

Контрольные вопросы:

1. Формирование информационной базы сотрудников.
2. Выявление основных мотивов повышения производительности труда.
3. Формы и методы получения необходимых профессиональных умений и навыков.

4. В чем отличие вертикальных коммуникаций от горизонтальных?

В качестве практического задания студенты выполняют проводят постраничный тест корпоративных газет.

Основная литература:

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 229 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24602. - ISBN 978-5-16-012633-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087046> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002563> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / под ред. Г. Акопова. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 304 с. - (Серия «Учебник для вузов»). - ISBN 978-5-4461-1541-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783715> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
5. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 343 с. - ISBN 978-5-394-04253-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231996> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
6. Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.
7. Папкина, О. В. Деловые коммуникации : учебник / О.В. Папкина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 160 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0301-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1758027> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке
8. Тулупьева, Т. В. Лекции по основам технологий деловой коммуникации : учебник / Т. В. Тулупьева. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. - 164 с. - ISBN 978-5-288-05855-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1244752> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
9. Шунейко, А. А. Теория и практика эффективной коммуникации : учебное пособие / А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 360 с. - ISBN 978-5-9765-2466-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150937> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"
2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"
3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"
4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"
5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"
6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"
7. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
8. Никитаева, А. Ю. Корпоративные информационные системы: Учебное пособие / Никитаева А.Ю. - Таганрог:Южный федеральный университет, 2017. - 149 с.: ISBN 978-5-9275-2236-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996036> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
9. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе : учебник для студентов вузов / Л.С. Сальникова. — Москва : Аспект Пресс, 2015. - 296 с. - ISBN 978-5-7567-0766-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039464> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.
10. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.
11. Эффективные коммуникации: Практическое руководство - М.:АЛЬПИНА, 2018. - 200 с. ISBN 978-5-9614-6593-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003282> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Тема 4. Коммуникативные процессы: основные тренды коммуникации в организации

Вопросы для обсуждения:

1. Корпоративная культура: содержание понятия.
2. Природа и характер конкурентной среды внутри корпорации.
3. Изучение лучших примеров эффективности работы персонала.
4. Выявление специфики работы отдельных подразделений корпорации.
5. Индикаторы эффективности работы персонала.

6. Можно ли рассматривать коммуникативный процесс как последовательно реализуемые этапы производства, мультипликации, распространения, приема, распознавания и использования информации?

7. В чем сходство и различия между понятиями «коммуникативный процесс» и «коммуникация как процесс»?

8. Какие способы передачи информации вы знаете?

9. Каковы требования к формируемым информационным материалам?

10. По каким каналам и звеньям коммуникативной цепи протекает информация?

11. Как обеспечивается процесс протекания информации по различным каналам коммуникации? Каковы преимущества и недостатки каналов коммуникации?

12. Какие виды обмена информацией используются в коммуникативных процессах?

13. Можно ли общение рассматривать как коммуникативный процесс?

14. По каким критериям можно оценивать эффективность коммуникативного процесса?

15. Какие виды аргументации используются в межличностных коммуникациях?

В рамках данной темы студенты выполняют работу в группах по разработке внутренней газеты.

Контрольные вопросы:

1. Анализ направлений деятельности отдельных подразделений и сотрудников.

2. Общая оценка соперничества структурных подразделений

3. Партнерство структурных подразделений

4. Налаживание информационного обмена между подразделениями.

Основная литература:

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 229 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24602. - ISBN 978-5-16-012633-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087046> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002563> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / под ред. Г. Акопова. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 304 с. - (Серия «Учебник для вузов»). - ISBN 978-5-4461-1541-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783715> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

4. Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819407> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 343 с. - ISBN 978-5-394-04253-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231996> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

6. Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

7. Папкина, О. В. Деловые коммуникации : учебник / О.В. Папкина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 160 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0301-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1758027> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке

8. Тулупьева, Т. В. Лекции по основам технологий деловой коммуникации : учебник / Т. В. Тулупьева. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. - 164 с. - ISBN 978-5-288-05855-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1244752> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Шунейко, А. А. Теория и практика эффективной коммуникации : учебное пособие / А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 360 с. - ISBN 978-5-9765-2466-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150937> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"

2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"

3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"

4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с. ЭБС "znanium.com"

5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"

6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

7. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

8. Никитаева, А. Ю. Корпоративные информационные системы: Учебное пособие / Никитаева А.Ю. - Таганрог:Южный федеральный университет, 2017. - 149 с.: ISBN 978-5-9275-2236-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996036> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе : учебник для студентов вузов / Л.С. Сальникова. — Москва : Аспект Пресс, 2015. - 296 с. - ISBN 978-5-7567-0766-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039464> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

10. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

11. Эффективные коммуникации: Практическое руководство - М.:АЛЬПИНА, 2018. - 200 с. ISBN 978-5-9614-6593-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003282> (дата обращения: 19.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Внутрикорпоративные коммуникации» реализуется кафедрой медиакоммуникаций факультета рекламы и связей с общественностью.

Цель освоения дисциплины «Внутрикорпоративные коммуникации» - формирование у студентов понимания роли и месте внутренних коммуникаций в системе корпорации.

Задачи дисциплины:

- изучение специфики внутренних коммуникаций;
- овладение знаниями для изучения внутренней среды корпорации;
- развитие навыков по формированию внутренних коммуникаций персонала;
- формирование каналов распространения информации внутри корпорации;
- формирование практических навыков и умений применения медийных инструментов для повышения эффективности работы персонала;
- воспитание нравственных качеств сотрудников и соблюдения ими этических норм в соответствии с миссией и стратегией компании;
- выработка умений использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде;

Знать: основные теоретические подходы к построению корпоративной культуры организации, основные подходы теории менеджмента к построению эффективной командной работы

Уметь: выстраивать эффективную систему горизонтальных и вертикальных коммуникаций, организовать работу основных каналов внутрикорпоративных коммуникаций

Владеть: навыками управления разными типами коллективов, разработки основных элементов корпоративной культуры

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.