

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Выборцова Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.12.2021 15:25:57
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.05.2 Организация внутрикорпоративных коммуникаций

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы бакалавриата:

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая учебная программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г. № 47220).

Разработчик РПД:

к.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

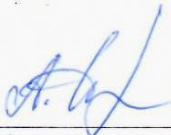

(подпись)

О.В. Кораблева

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки


(подпись)

Н. В. Еремина

Начальник управления по информатизации


(подпись)

В. В. Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки» «20» мая 2020 г. протокол № 9.

Заведующий кафедрой, д.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

С. В. Явон

СОГЛАСОВАНО:

Начальник научно-методического отдела


(подпись)

Н. М. Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 6 от 20.05.2020 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.

АННОТАЦИЯ

Б.1.В.ДВ.05.2 Организация внутрикорпоративных коммуникаций

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриат (Модуль направленности (профиля). Элективные дисциплины (модули), углубляющие освоение профиля.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает: - методы и инструменты тактического планирования коммуникаций; - технологии организации мероприятий, целью которых является коммуникация; - основы управления персоналом; - способы формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры Умеет: - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - планировать и организовывать системы коммуникации организации; - организовывать взаимодействие с персоналом организации Владеет: - навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в рамках развития внутрикорпоративных коммуникаций	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта

Краткое содержание дисциплины:

Внутрикорпоративный PR как метод управления культурой организации
 Управление внутрикорпоративными коммуникациями
 Технологические основы внутрикорпоративных коммуникаций
 Инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью
 Формирование HR-бренда и событийный маркетинг

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у профессиональных компетенций, необходимых для решения следующих задач профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности
сфера рекламы и связей с общественностью.	организационный	организация процесса создания коммуникационного продукта (презентационных материалов)

К основным задачам изучения дисциплины относится подготовка обучающихся к выполнению следующих трудовых функций в соответствии с профессиональными стандартами:

Наименование профессиональных стандартов (ПС)	Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована дисциплина	Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована дисциплина
Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта	ОТФ. Реализация коммуникационной стратегии	- Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии - Определение, описание и анализ стейкхолдеров и коммуникационной среды для реализации стратегии коммуникаций - Планирование и организация системы коммуникации в организации

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
--------------------------------	--	---	--

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает: - методы и инструменты тактического планирования коммуникаций; - технологии организации мероприятий, целью которых является коммуникация; - основы управления персоналом; - способы формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры Умеет: - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - планировать и организовывать системы коммуникации организации; - организовывать взаимодействие с персоналом организации Владеет: - навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в рамках развития внутрикорпоративных коммуникаций	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта
---	--	--	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Модуль направленности (профиля). Элективные дисциплины (модули), углубляющие освоение профиля.

Освоение дисциплины осуществляется в 6 семестре (очная) и 7 семестре (заочная форма обучения).

Дисциплины, на освоение которых опирается данная дисциплина:

- Современные PR-технологии;
- Теория и практика рекламы и связей с общественностью.

Основные положения дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **4 з.е. (144 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Формат изучения дисциплины (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)	с использованием элементов электронного обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	56/14
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	22/6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	34/8
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	88/126
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	84/126

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	- /-
Контроль (часы на зачет)	-/4
Промежуточная аттестация	Зачет

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов **ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 1. Внутрикорпоративный PR как метод управления культурой организации	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 1. Внутрикорпоративный PR как метод управления культурой организации			6		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 2. Управление внутрикорпоративными коммуникациями	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 2. Управление внутрикорпоративными коммуникациями			6		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 3. Технологические основы внутрикорпоративных коммуникаций	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 3. Технологические основы внутрикорпоративных коммуникаций			6		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 4. Инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 4. Инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью			8		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				20	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 5. Формирование HR-бренда и событийный маркетинг	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 5. Формирование HR-			8		Семинар-конференция

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	бренда и событийный маркетинг					
	Самостоятельная работа				20	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
	ИТОГО	22	-	34	88	

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр.точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение/ответы на тестовые вопросы	допускаются все студенты	8	5	40
Выполнение практического задания	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка тестовых вопросов по темам лекционных занятий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка и защита реферата по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
	Итого по дисциплине	14		100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Зачет (по накопительному рейтингу или устно-письменный опрос)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов **ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы						Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Формы проведения контактной работы : лекций, лабораторных, практических занятий	Самостоятельная работа		
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		в часах	формы организации самостоятельной работы	
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 1. Внутрикорпоративный PR как метод управления культурой организации	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 2. Управление внутрикорпоративными коммуникациями	1		2	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 3. Технологические основы внутрикорпоративных коммуникаций	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 4. Инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью	2		3	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	26	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 5. Формирование HR-бренда и событийный маркетинг	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
	ИТОГО	6		8		126		

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр.точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение/ответы на тестовые вопросы	допускаются все студенты	8	5	40
Выполнение практического задания	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка тестовых вопросов по темам лекционных занятий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка и защита реферата	допускаются все студенты	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
	Итого по дисциплине	14		100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Зачет (по накопительному рейтингу или устно-письменный опрос)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено

числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС).

Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учеб. пособие / В. М. Маслова. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Документ Bookread2. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2020. - 208 с. : схем. - . - Слов. терминов. - Прил. - URL: <https://new.znaniy.com/read?id=356162> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - 978-5-16-105552-6. - Текст : электронный.

2. Папкова, О. В. Деловые коммуникации : учеб. для вузов по направлению подгот. 38.00.00 "Экономика и упр." / О. В. Папкова. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2020. - 160 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://znaniy.com/read?id=359428> (дата обращения: 09.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0301-2. - 978-5-16-100641-2. - Текст : электронный.

3. Лапыгин, Ю. Н. Теория организации и организационное поведение : учеб. пособие по направлению подгот. 38.04.02 "Менеджмент" / Ю. Н. Лапыгин. - 2-е изд., испр. и доп. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 360 с. - (Высшее образование - Магистратура). - Слов. - URL: <https://znaniy.com/read?id=343512> (дата обращения: 14.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-012559-6. - 978-5-16-102298-6. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

4. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика : учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент орг." / В. Я. Горфинкель, С. В. Земляк, О. М. Маркова [и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкеля. - Документ Bookread2. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2014. - 349 с. - Глоссарий. - URL: <http://znaniy.com/bookread2.php?book=429542> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0137-7. - 978-5-16-003862-9. - Текст : электронный.

5. Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учеб. для вузов по направлению подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Е. А. Осипова. - Документ Read. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 380 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - URL: <https://znaniy.com/read?id=350984> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-107682-8. - Текст : электронный.

6. Развитие потенциала сотрудников. Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации / С. В. Иванова, Д. Болдогов, Э. Борчанинова [и др.]. - 5-е изд. - Документ Bookread2. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 278 с. - Прил. - URL: <http://znaniy.com/bookread2.php?book=917619> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9614-4582-4. - Текст : электронный.

7. Соломанидина, Т. О. Организационная культура в таблицах, тестах, кейсах и схемах : учеб.-метод. материалы; учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.03 "Упр. персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр") / Т. О. Соломанидина. - Документ HTML. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 394 с. : ил., табл., схем. - (Высшее образование). - URL: <https://znaniy.com/read?id=356216> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 5-16-002708-4. - Текст : электронный.

8. Шарков, Ф. И. Пабрик рилейшнз : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. ун-т бизнеса и упр. - 5-е изд. - Документ HTML. - Москва : Дашков и К, 2014. - 329 с. - Глоссарий. - URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=415251> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-01469-7. - Текст : электронный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.04.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. ГАРАНТ.RU : информ. – правовой портал : [сайт] / ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». – Москва, 1990 - . - URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Текст : электронный.

3. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Текст : электронный.

4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

6. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	MicrosoftWindows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	MicrosoftOffice	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с

возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети «Интернет».

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (Темы докладов/сообщений)

Семинарские занятия. Тема 1. Внутрикorporативный PR как метод управления культурой организации

Темы докладов/сообщений:

1. Уровни и элементы культуры организации
2. Корпоративная культура как бренд-ресурс.
3. Корпоративная культура и ее составляющие.
4. Понятие, назначение и процедура разработки миссии.
5. Философия и история организации.
6. Корпоративная айдентика.
7. Корпоративный кодекс.
8. Социальная ответственность организации.

Семинарские занятия. Тема 2. Управление внутрикorporативными коммуникациями

Темы докладов/сообщений:

1. Внутренняя коммуникация как метод персональной мотивации персонала
2. Исследования вовлеченности сотрудников
3. Вовлечение руководителей. Использование стейкхолдеров.
4. Работа с информацией.
5. Выстраивание бренда.

Семинарские занятия. Тема 3. Технологические основы внутрикorporативных коммуникаций

Темы докладов/сообщений:

1. Принципы взаимодействия с персоналом организации.
2. Формальные внутрикorporативные коммуникации.
3. Неформальные внутрикorporативные коммуникации.
4. Этапы создания внутрикorporативных коммуникаций.
5. Технологии создания внутрикorporативных коммуникаций.

Семинарские занятия. Тема 4. Инструменты внутрикorporативных связей с общественностью

Темы докладов/сообщений:

1. Информационные инструменты корпоративного PR.
2. Аналитические инструменты корпоративного PR.
3. Коммуникативные инструменты корпоративного PR.
4. Организационные инструменты корпоративного PR.
5. Внутренние СМИ
6. Руководство по корпоративной культуре.
7. Фирменный стиль.
8. Массовые мероприятия (спорт, искусство, туризм и т.д.).
9. Слухи
10. Доска почета.
11. Тренинги.
12. Собрания.

13. Социальные программы.

Семинарские занятия. Тема 5. Формирование HR-бренда и событийный маркетинг

Темы докладов/сообщений:

1. Анализ факторов, влияющих на формирование HR-бренда.
2. Системный подход к формированию HR-бренда.
3. Основные этапы формирования и реализации внутреннего и внешнего HR-бренда компании.
4. Специфика HR-бренда компании на разных стадиях жизненного цикла компании.
5. Оценка эффективности HR-бренда.
6. Внутрикorporативный событийный маркетинг.
7. Сценарий мероприятия.
8. Оценка эффективности мероприятия.

8.1.2. Типовые практические задания к семинарским занятиям

Практическое задание 1.

Кейс «неэтичный PR в условиях конкуренции»

Сюжетная часть.

В марте 2013 года один из самых известных производителей одежды для йоги Lululemon выпустил в продажу партию черных леггинсов, которые оказались недостаточно плотными и просвечивали. В компанию сразу же поступило множество жалоб от покупателей, партию отозвали, объяснив всё заводским браком, а выпущенные леггинсы распродали со скидками.

Акции Lululemon упали почти на 20%, но через какое-то время об этом происшествии забыли. Настоящий скандал разгорелся спустя полгода, когда основатель компании Чип Уилсон в эфире Bloomberg TV объяснил, что, по его мнению, произошло с леггинсами. По его мнению, они подходили только стройным женщинам: «Такие штаны – не для всех. Проблема не в материале, а в том, что у некоторых женщин бедра сильнее трутся о ткань». Уилсона стали обвинять в неэтичности, и на следующий день основателю Lululemon пришлось выпустить видеообращение. В ролике Уилсон извинился, но не столько перед потребителями, сколько перед своими сотрудниками, которым пришлось «иметь дело с неприятными последствиями его действий». Общественность осталась недовольна.

О скандале написали мировые СМИ, продажи компании резко упали, и в конце концов Уилсон ушел со своего поста.

Вопросы по кейсу:

Оцените, с точки зрения этики, действия участников рынка.

Кто и при каких условиях является пострадавшей стороной?

Что стоит сделать в первую очередь?

Может ли быть причиной скандала слабая подготовка спикера со стороны пиарщиков?

Какие меры нужно предпринять для того, чтобы спасти репутацию для участников рынка?

Практическое задание 2.

Кейс «Исправление репутации службы такси»

Сюжетная часть

Чрезвычайная теснота на рынке таксопоевозок (до нескольких десятков, если не сотен такси по городу) вынуждает повышать требования к работе диспетчерской службы и водителей. Героем кейса является известная служба такси, имеющая по всей стране возможность заказа такси через приложение в телефоне. В ходе своей деятельности клиент столкнулся с проблемой, заключающейся в появлении в интернете массы негативных отзывов: о компании в целом, сервисе, машинах, а главное, о водителях и т. д. Для сервисного бизнеса, такого, как такси, такие удары по репутации чувствительны вдвойне, поэтому агентству надо предпринять срочные меры для исправления текущей ситуации и улучшения репутации заказчика. При проведении анализа жалоб, основными оказались три основных должности:

- администратор службы такси,
- оператор/диспетчер такси (по приму / распределению заказов)

Примечание. Оператор-диспетчер – должность совмещенная. Но ее можно разделить на: «оператора» (который принимает заказы от Клиентов) и «диспетчера» (который распределяет эти заказы между водителями).

- водитель.

Проблема: Используя знания из области репутационного менеджмента, и смежных областей, составить конкретный план необходимых процедур направленных на решение проблемы заказчика.

Определить первоначальную информацию необходимую для анализа ситуации.

Провести репутационный анализ клиента.

Подготовить пакет документов с прописанными должностными обязанностями, системой мотивации, корпоративной культурой, проверочными упражнениями для отбора персонала и другими документами и методиками. То есть всё, что необходимо для нормально выстроенного бизнес-процесса и администрирования работы своих сотрудников.

Разработать комплекс предложений по созданию системы процедур минимизирующих риск повторения подобной проблемы.

Сформировать окончательный план предлагаемых процедур в виде отчёта для заказчика.

Практическое задание 3.

Проанализировать имидж и составляющие корпоративной культуры ИКЕА, используя доступную информацию свободных интернет-источников и официальный сайт организации.

8.1.4. Типовые темы докладов, рефератов, презентаций

Темы рефератов/презентаций

1. Уровни и элементы культуры организации.
2. Корпоративная культура и ее составляющие.
3. Понятие, назначение и процедура разработки миссии.
4. Философия, история и айдентика организации.
5. Корпоративный кодекс.
6. Внутренняя коммуникация как метод персональной мотивации персонала.
7. Исследования вовлеченности сотрудников.
8. Вовлечение руководителей. Использование стейкхолдеров.
9. Работа с информацией.
10. Выстраивание бренда.
11. Принципы взаимодействия с персоналом организации.
12. Формальные внутрикорпоративные коммуникации.
13. Неформальные внутрикорпоративные коммуникации.
14. Этапы создания внутрикорпоративных коммуникаций.
15. Технологии создания внутрикорпоративных коммуникаций.
16. Информационные инструменты корпоративного PR.
17. Аналитические инструменты корпоративного PR.
18. Коммуникативные инструменты корпоративного PR.
19. Организационные инструменты корпоративного PR.
20. Внутренние СМИ.
21. Руководство по корпоративной культуре.
22. Фирменный стиль.
23. Массовые мероприятия (спорт, искусство, туризм и т.д.).
24. Доска почета.
25. Тренинги.
26. Собrania.
27. Социальные программы.
28. Анализ факторов, влияющих на формирование HR-бренда.

29. Системный подход к формированию HR-бренда.
30. Основные этапы формирования и реализации внутреннего и внешнего HR-бренда компании.
31. Специфика HR-бренда компании на разных стадиях жизненного цикла компании.
32. Оценка эффективности HR-бренда.
33. Внутрикorporативный событийный маркетинг.
34. Сценарий корпоративного мероприятия.
35. Оценка эффективности мероприятия.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – **зачет** по результатам накопительного рейтинга или в форме устно-письменного опроса (очная и заочная формы обучения).

Примерные вопросы для зачета (ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3)

1. Уровни и элементы культуры организации
2. Корпоративная культура и ее составляющие.
3. Понятие, назначение и процедура разработки миссии.
4. Философия, история и айдентика организации.
5. Корпоративный кодекс.
6. Внутренняя коммуникация как метод персональной мотивации персонала
7. Исследования вовлеченности сотрудников
8. Вовлечение руководителей. Использование стейкхолдеров.
9. Работа с информацией.
10. Выстраивание бренда.
11. Принципы взаимодействия с персоналом организации.
12. Формальные внутрикorporативные коммуникации.
13. Неформальные внутрикorporативные коммуникации.
14. Этапы создания внутрикorporативных коммуникаций.
15. Технологии создания внутрикorporативных коммуникаций.
16. Информационные инструменты корпоративного PR.
17. Аналитические инструменты корпоративного PR.
18. Коммуникативные инструменты корпоративного PR.
19. Организационные инструменты корпоративного PR.
20. Внутренние СМИ
21. Руководство по корпоративной культуре.
22. Фирменный стиль.
23. Массовые мероприятия (спорт, искусство, туризм и т.д.).
24. Доска почета.
25. Тренинги.
26. Соборания.
27. Социальные программы.
28. Анализ факторов, влияющих на формирование HR-бренда.
29. Системный подход к формированию HR-бренда.
30. Основные этапы формирования и реализации внутреннего и внешнего HR-бренда компании.
31. Специфика HR-бренда компании на разных стадиях жизненного цикла компании.
32. Оценка эффективности HR-бренда.
33. Внутрикorporативный событийный маркетинг.
34. Сценарий корпоративного мероприятия.
35. Оценка эффективности мероприятия.