



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

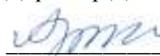
**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)**

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа


Н.А. Аргылов
(подпись) (ФИО.)
«10» января 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Внутренние коммуникации в организации

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 4
лекции 18 час.
практические занятия 36 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 / пр. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.
в том числе с использованием МАО 0 час.
самостоятельная работа 18 час.
в том числе на подготовку к экзамену 0 час.
контрольные работы не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрено
зачет 4 семестр
экзамен не предусмотрен

Рабочая программа составлена в соответствии в соответствии с требованиями
Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и
науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа,
протокол № 3 от «10» января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов

Н.А. 

Составитель (ли): канд. социол. наук, доцент Захаркин Р. А.

Владивосток
2020

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ Н. А. Аргылов

(подпись)

(И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ Н. А. Аргылов

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Целью курса является ознакомление студентов с системой управления внутренними потоками информации, направленными на создание благоприятного микроклимата организации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Внутренние коммуникации в организации» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. ознакомить с основными принципами организации и контроля коммуникационным процессом внутри организации;
2. ознакомить с современными коммуникативными технологиями влияния на персонал организации;
3. раскрыть формы и методы изучения внутренней среды организации, а также методы воздействия на внутреннюю целевую аудиторию;
4. изучить виды коммуникационных мероприятий в сфере формирования внутрикорпоративной культуры.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: организационный			
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа,	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов

	адресованный разным целевым группам/группам общественности.		коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.
--	---	--	---

I СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекции (18 часов, в том числе 0 час. в интерактивной форме)

Раздел I. Внутренние коммуникации в организации: значение и задачи (9 часов)

Тема 1. Внутренняя коммуникация в организации: основные положения(2 часа).

Внутренние коммуникации: основные положения и базовые характеристики. Сущность, цели, функции, структура и особенности внутренних коммуникаций. Виды внутренних коммуникаций в организации. Сущность коммуникационной политики организации. Службы, отделы, специалисты, занимающиеся внутренней коммуникацией. Цели, задачи и функции этих подразделений.

Тема 2. Стандарты управления внутренними коммуникациями (2 часа).

Современные стандарты управления внутренними. Корпоративный стандарт коммуникации. Цели и задачи для системы внутренних коммуникаций. Основные принципы управления внутрикорпоративными коммуникациями. Подходы и инструменты такого управления.

Тема 3. Система внутренних коммуникаций организации (2 часа)

Сущность и составляющие системы внутренних коммуникаций. Цели и задачи системы внутренних коммуникаций. Проблемы функционирования системы внутренних коммуникаций. Основные средства системы внутренних коммуникаций. Разработка системы внутренних коммуникаций: анализ

ситуации и внутренний аудит коммуникаций; разработка стратегии; реализация программы; оценка эффективности.

Тема 4. Информационные основы коммуникативной деятельности в организации (2 часа).

Основные схемы процесса передачи информации в организации. Каналы информации внутрикорпоративных коммуникаций. Особенности этих каналов. Способы налаживания эффективной системы информирования в организации. Способы оценки эффективности такой системы.

Тема 5. Организация обратной связи в организации (1 час).

Значение обратной связи в компании. Организация обратной связи в системе внутренних коммуникаций организации. Анализ информационной активности сотрудников. Развитие информационной активности сотрудников. Организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии кампании.

Раздел II. Корпоративная культура в системе внутренних коммуникаций (9 часов)

Тема 1. Корпоративная культура в системе внутренних коммуникаций (2 часа).

Разнообразие корпоративных культур и практическое применение типологий корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры. Коммуникативная природа корпоративной культуры. Трансляция характера бренда внутри компании. Коммуникативные практики обсуждения характеристик бренда работниками. Актуальные практики применения метафор в корпоративных обсуждениях.

Тема 2. Корпоративная идентичность (2 часа).

Корпоративная идентичность: сущность, функции, структура. Основные типы корпоративной идентичности (партнерский, приспособленческий, конфронтационный). Механизм формирования корпоративной идентичности: методы, этапы (инициация, интериоризация). Типичные нарушения корпоративной идентичности и способы их преодоления.

Тема 3. Корпоративная идентичность и ее значение в системе внутренних коммуникаций (2 часа).

Работники как носители корпоративной культуры. Принципы формирования коммуникативной идентичности работников. Корпоративные компетенции и их реализация в ежедневной рабочей практике. Формы проявления лояльности работников. Маркеры лояльности работников.

Вовлеченность работников в рабочий процесс как ключевая задача корпоративной культуры. Позиционирование персональной ответственности. Формы проявления проактивности. Коммуникативная активность как отражение лояльности, вовлеченности и ответственности.

Тема 4. HR как интегратор системы внутренних коммуникаций (2 часа).

Ценностное предложение и его трансляция посредством новых медиа. Коммуникативный менеджмент как задача системы управления персоналом. Коммуникативные функции и новые корпоративные роли: сторитейлинг, модерация, фасилитация, коучинг. Роль HR специалистов в развитии корпоративной культуры.

Тема 5. Рабочее взаимодействие и межличностные коммуникации в создании корпоративной культуры (1 час).

Организационный контекст: сущность, структура, формы влияния на индивидуальное поведение. Виды рабочего взаимодействия. Непосредственные и опосредованные коммуникации, удаленные формы сотрудничества. Форматы рабочего взаимодействия: ролевое, коллегиальное, личностное. Возможности и ограничения в области рабочей межличностной коммуникации. Формы неадекватного рабочего взаимодействия: дискриминация и моббинг, механизмы противостояния и предотвращения. Критерии эффективных рабочих отношений.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия

(36 часов, в том числе 0 час. в интерактивной форме)

Занятие 1. Печатные средства внутрикорпоративных коммуникаций (4 часа).

Корпоративные издания. Информационные стенды. Ящики обратной связи. Буклеты, плакаты, доклады.

Занятие 2. Электронные средства внутрикорпоративных коммуникаций (4 часа).

Интернет и Интранет-сайт. Местный радио и телеэфир. Проекционные экраны. «Горячие» и прямые линии. Электронная почта и SMS. Электронные бюллетени, аудио и видеоконференции, информационные терминалы. Видеофильмы

Занятие 3. Средства личного взаимодействия во внутрикорпоративных коммуникациях (4 часа).

Общие собрания. Планерки. Информационные сессии подразделений, неформальные встречи с руководством.

Занятие 4. Корпоративная культура в системе внутренних коммуникаций (4 часа).

Корпоративная культура: понятие, функции и их характеристика. Принципы корпоративной культуры и ее классификация. Основные отличия сильной корпоративной культуры. Воздействие корпоративной культуры на эффективность компании.

Занятие 5. Значение корпоративной культуры в жизни организации (4 часа).

Структура корпоративной культуры организации. Ее основные элементы. Поведенческие компоненты корпоративной культуры (жаргон, сленг, корпоративный гимн, слоган, мифы, легенды, ритуалы и церемонии). Идейные компоненты корпоративной культуры (нормы и ценности) и их характеристика. Методы получения информации о корпоративной культуре в организации.

Занятие 6. Процесс формирования корпоративной культуры в организации (4 часа).

Процесс формирования корпоративной культуры в организации, его основные этапы и механизмы. Факторы, способствующие формированию и поддержанию корпоративной культуры в организации. Диагностика корпоративной культуры. Качественная и количественная характеристики корпоративной культуры.

Занятие 7. Внутренние коммуникации в системе продвижения корпоративной культуры (4 часа).

Разработка корпоративных ценностей, правил, этических стандартов корпоративного поведения. Процедура разработки и внедрения корпоративного кодекса. Его роль в системе корпоративных коммуникаций. Корпоративная культура и корпоративная миссия в формировании корпоративной репутации.

Занятие 8. Эффективность внутренних коммуникаций (4 часа).

Понятие эффективности внутренней коммуникации. Влияние процесса внутренней коммуникации на эффективность организации. Критерии эффективности корпоративных мероприятий и событий. Барьеры эффективной корпоративной коммуникации, их причины и классификация. Пути преодоления этих барьеров.

Занятие 9. Конфликты как деструктивный фактор во внутренних коммуникациях (4 часа).

Причины возникновения конфликтов во внутренних коммуникациях. Их типология, структура и динамика. Стратегия поведения в конфликтных ситуациях. Антикризисные внутренние коммуникации. Последствия конфликтов в корпоративных коммуникациях для организации. Методы предупреждения и разрешения конфликтов во внутренних коммуникациях.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Внутренние коммуникации в организации» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежу- точная аттестаци я
1	Раздел I. Внутренние коммуникации в организации: значение и задачи	ПК-4	<p>ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста</p> <p>ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения</p>	УО-3 Доклад	Зачет Вопросы: 1 - 14

			творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.		
2	Раздел II. Корпоративная культура в системе внутренних коммуникаций	ПК-4	ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста	УО-3 Доклад	Зачет Вопросы: 15 - 28

			<p>ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.</p>		
--	--	--	--	--	--

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Бехар, Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks: Учебное пособие / Бехар Г., Голдстайн Д., - 8-е изд. - Москва :Альпина Пабли., 2016. - 186 с. ISBN 978-5-9614-5103-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/9126902>.

2. Лайкер, Д. К. Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний / Лайкер Д.К., Хосеус М. - Москва :Альпина Пабли., 2016. - 354 с.: ISBN 978-5-9614-4995-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/914070>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Короткий, С. В. Корпоративное управление как элемент глобального инкорпорирования : монография / С. В. Короткий. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 124 с. — ISBN 978-5-4487-0473-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80615.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Решетникова К. В. Организационная конфликтология : учебное пособие для вузов / К. В. Решетникова ; Государственный университет Высшая школа экономики, Факультет менеджмента, Кафедра управления человеческими ресурсами— М.: Инфра-М, 2017.— 174 с. - <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:843557&theme=FEFU3>.

3. Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ / [А. Аджемова, А. Н. Байкулова, Т. Гарстенауэр и др. ; отв. ред. : Т. А. Милехина,

Р. Ратмайр] – М. : Языки славянских культур, 2017. – 630 с. -
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:848661&theme=FEFU>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office Professional Plus 2010 (PowerPoint, Word), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студентам при освоении дисциплины «Внутренние коммуникации в организации» необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте университета, с графиком консультаций преподавателей департамента.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания департамента. Студентам необходимо перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы.

Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции, перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций).

Подготовка и выполнение практических заданий.

По каждой теме дисциплины предлагаются вопросы и практические задания. Перед выполнением заданий необходимо изучить теорию вопроса,

предполагаемого к исследованию. Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме дискуссий;
- в выполнении индивидуальных и групповых заданий,
- в подготовке к контрольным работам.

Цель практических (семинарских) занятий – научить студентов самостоятельно анализировать учебную и научную литературу и вырабатывать у них опыт самостоятельного мышления по проблемам курса, а также выработать навыки практического применения теоретических знаний. Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике.

Материалом для подготовки могут стать конспекты лекций, профессиональная литература, учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента по дисциплине предусматривает:

- поиск дополнительной литературы, к которой студенты могут обращаться при возникновении особой заинтересованности в конкретной теме;
- определение перечня контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- организацию консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызывающих у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания, выступающие продолжением аудиторных занятий и направленные на овладение практическими навыками по основным разделам дисциплины.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на консультациях неясные вопросы.

Презентации к докладам должны быть выполнены в программе Power Point. Первый слайд обязательно содержит выходные сведения: ФИО автора, ФИО руководителя, название профильной кафедры, тему доклада, год, место создания, все слайды (кроме титульного) должны быть пронумерованы.

Темы докладов, сообщений

1. Предмет, основные направления и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.
2. Место теории коммуникации в системе научного знания.
3. Коммуникация как процесс. Теоретические основы и модели изучения коммуникации.
4. Интегрированные технологии продвижения внутрикорпоративных коммуникаций.
5. Правила построения внутрикорпоративных коммуникаций.
6. Корпоративный стандарт.
7. Критерии управления внутрикорпоративными коммуникациями.
8. Эмоциональные связи сотрудников с кампанией.
9. Комплекс чувств и установок корпоративной идентичности.
10. Разработка и реализация PR-кампании по развитию корпоративной идентичности.
11. Условия формирования и методы создания корпоративной идентичности.
12. Корпоративная идентичность и корпоративная индивидуальность.
13. Оценка эффективности системы внутрикорпоративных коммуникаций.
14. Значение Интранета как средства налаживания внутренних коммуникаций.
15. Внутренний PR как средство налаживания внутренних коммуникаций.
16. Значение системы управления знаниями для внутренних коммуникаций.
17. Стратегия формирования внутрикорпоративного информационного пространства.
18. Устные коммуникации как инструмент информирования в кампании.

19. Письменные коммуникации как инструмент информирования в кампании.
20. Создание эффективной системы информирования в кампании.
21. Информационная культура кампании, ее особенности.
22. Преимущества электронной почты в корпоративных коммуникациях.
23. Инструменты для обеспечения обратной связи в информационном пространстве кампании.
24. Значение внутрикорпоративного сайта для кампании.
25. Корпоративные медиа: история, современность, перспективы.
26. Печатные средства внутрикорпоративных коммуникаций.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 26) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F435 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	знает (пороговый уровень)	основные технологии формирования медиатекстов и медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знание технологии формирования медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; Знание технологии формирования коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	– определяет технологии формирования медиатекстов и медиапродуктов востребованных обществом и индустрией; - определяет технологии формирования коммуникационных продуктов востребованных обществом и индустрией; - определяет нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.
	умеет (продвинутый)	создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	Умеет формировать эффективные медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	Эффективное воздействие медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
	владеет (высокий)	Навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	-Владеет знанием создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	– может создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

			иных знаковых систем.
--	--	--	-----------------------

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-3 доклад, сообщение.

Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

Критерии оценки (устного доклада, реферата, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада:

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			

Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определено и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и

последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Оценочные средства для промежуточной аттестации **Примерный перечень вопросов на зачет:**

1. Понятие внутренних коммуникаций: особенности, структура, виды;
2. Модели коммуникативных сетей, обеспечивающих прохождение горизонтальных и вертикальных информационных потоков в организации;
3. Современные коммуникационные технологии в организации;
4. Психологическая структура внутренних коммуникаций;
5. Средства внутренних коммуникаций;
6. Печатные средства внутренних коммуникаций;
7. Роль внутренних коммуникаций в системе управления организацией;
8. Электронные средства внутренних коммуникаций;
9. Основные компоненты внутреннего коммуникационного процесса организации;
10. Средства внутренних коммуникаций межличностного характера;
11. Структура внутренней коммуникационной сети организации;
12. Механизмы и методы повышения эффективности внутренних коммуникаций.
13. Корпоративные издания, сайт и другие каналы внутренней коммуникации;
14. Организация обратной связи в системе внутренних коммуникаций;
15. Корпоративная культура: понятие, функции, структура.
16. Инструменты формирования и управления корпоративной культурой.
17. Определение корпоративной идентичности;
18. Методы и этапы формирования корпоративной идентичности;
19. Типичные нарушения корпоративной идентичности и способы их преодоления;
20. Разработка и реализация PR- кампании по развитию корпоративной идентичности;
21. Значение HR в системе внутренних коммуникаций и построении корпоративной культуры;
22. Принципы организации эффективной корпоративной культуры на предприятии;
23. Характеристика барьеров внутренней коммуникации и способы их преодоления;
24. Конфликты во внутренних коммуникациях: типология, причины, структура, динамика. Стратегия поведения в конфликтной ситуации;
25. Эффективное и конструктивное проведение совещаний, заседаний, дискуссий, и т.д.;
26. Вербальные средства во внутренней коммуникации;
27. Невербальные средства во внутренних коммуникациях. ;
28. Значение практик межличностного общения в выстраивании корпоративной культуры.

Критерии выставления оценки студенту на зачете

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка на зачете	Критерии
100-61	<i>зачтено</i>	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
60 и менее	<i>незачтено</i>	Оценка «незачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Презентации к докладам должны быть выполнены в программе Power Point. Первый слайд обязательно содержит выходные сведения: ФИО автора, ФИО руководителя, название департамента, тему доклада, год, место создания, все слайды (кроме титульного) должны быть пронумерованы.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда. Образы – в отличие от иллюстраций – метафора. Их назначение – вызвать эмоцию и создать отношение к ней, воздействовать на аудиторию. С помощью хорошо продуманных и представляемых образов, информация может надолго остаться в памяти человека. Диаграмма – визуализация количественных и качественных связей. Их используют для убедительной демонстрации данных, для пространственного мышления в дополнение к логическому. Таблица – конкретный, наглядный и точный показ данных. Ее основное назначение – структурировать информацию, что порой облегчает восприятие данных аудиторией.

Практические советы по подготовке презентации

- готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал;
- слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;
- текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;
- рекомендуемое число слайдов 17-22;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;
- раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.