



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

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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП 42.04.01

«Реклама и связи с общественностью»

 Р.А. Захаркин

«10» марта 2021г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента
коммуникаций и медиа

 Н.А. Аргылов

«10» марта 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление внутрикорпоративными коммуникациями

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

программа магистратуры

Форма подготовки очная

курс 1 семестр 2

лекции 18 час.

практические занятия 36 час.

лабораторные работы 00 час.

в том числе с использованием МАО л – 0 / пр. 10 час

всего часов аудиторной нагрузки 54 час.

самостоятельная работа 90 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час.

контрольные работы (количество) не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены

зачет не предусмотрен

экзамен 2 семестр

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол №3 от «10» марта 2021 г.

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

Составители: Антонова А.А.

Владивосток
2021

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: формирование целостного представления о связях с общественностью с важнейшей целевой аудиторией компании - с ее персоналом; а также знакомство с системой управления внутренними корпоративными коммуникациями, их ролью и местом в жизни современных компаний. Освоение курса поможет студентам понять, как связаны внутренние коммуникации с корпоративной культурой, какие цели и задачи приходится решать отделу внутрикорпоративных коммуникаций компании.

Задачи: определение основных направлений коммуникации внутри организации; планирование и организация функционирования внутриорганизационных коммуникаций, контроль и оценка их эффективности.

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

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Международное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных рилейшнз.
Самоорганизация и саморазвитие	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и публичных рилейшнз.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных рилейшнз.	Знает основы межкультурного взаимодействия и межличностного общения необходимые для создания коммуникационной среды в организации.
	Умеет организовывать процесс межкультурной коммуникацию с целью создания недискриминационной среды для ее участников.
	Владеет навыками личного и межкультурного общения и способен успешно применять их при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных рилейшнз.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и публик рилейшнз.	Знает основные теоретические и практические наработки в области управления внутрикорпоративными коммуникациями.
	Умеет выстроить оптимальную стратегию развития внутрикорпоративных коммуникаций в области рекламы и публик рилейшнз с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности.
	Владеет навыками построения профессиональной траектории с учетом знаний и практического опыта в области рекламы и публик рилейшнз.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
организационно-управленческий	ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК -1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
авторский	ПК -3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого характера и уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК -3.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает о видах, каналах и уровнях внутренней и внешней коммуникациях в организации, их месте в деятельности организации, понимает, что такое нематериальная мотивация и функции обратной связи во внутрикорпоративной коммуникации.
	Умеет организовывать процессы: внутренних и внешних коммуникаций в организации, информирования во внутрикорпоративной среде с учетом знаний о внутренних целевых аудиториях, их типах и сегментах.
	Владеет навыками формирования и поддержания внутрикорпоративных: идентичности, культуры и традиции.
ПК -3.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	Знает основные методики разработки и реализации коммуникационных стратегий.
	Умеет использовать теоретические и практические знания для разработки коммуникационной стратегии развития

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	организации с учетом интеграции всех возможных видов коммуникационной активности.
	Владеет навыками стратегического планирования, стратегического управления и антикризисного мышления для эффективного построения и поддержания внутрикорпоративной системы ценностей.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- практика-консультация.

2. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы (144 академических часа).

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине могут являться:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль		
1	Введение	2	4					10		УО-1,ПР-7
2	Построение внутренних коммуникаций в организации	2	14					26		УО-1,ПР-7
	Управление внутренними коммуникациями	2			36			18		УО-1,ПР-7, ПР-9
	Итого:	2	18		36			54	36	экзамен

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 часов)

Раздел 1. Введение

Тема 1. Внутренние целевые аудитории, методы их сегментирования (2 ч.)

Выделение внутренних целевых аудиторий. Сегментирование целевой аудитории. Неформальные лидеры общественного мнения организации. Амбассадоры организации (амбассадоры корпоративного бренда).

Тема 2. Процессы коммуникации в организации (2 ч.)

Виды, каналы и уровни коммуникаций в организации. Роль и сущность внутренних коммуникаций организации. Системы нематериальной мотивации сотрудников и построение с ними обратной связи.

Раздел 2. Построение внутренних коммуникаций в организации

Тема 3. Основной функционал внутренних коммуникаций (2 ч.)

Создание прозрачности (своевременное и полное информирование сотрудников). Установление связи сотрудников с компанией и содействие передаче навыков и знаний. Создание и поддержка устойчивой корпоративной культуры. Выявление и устранение внутренних факторов негативного воздействия на развитие компании. Коммуникационные мероприятия для устранения кризисных ситуаций.

Тема 4. Аналитика внутрикорпоративных коммуникаций (2 ч.)

Структура коммуникационного процесса на внутреннем уровне коммуникаций в организации. Сбор, анализ и исследование содержательной информации: открытые, закрытые источники, слухи, отзывы, обратная связь. Анализ информации: медиа-аналитика, информационный аудит, коммуникационный аудит и анализ отношений компании с внешними и внутренними ЦА.

Тема 5. Развитие и улучшение внутренних коммуникаций (2 ч.)

Цель и задачи внутренней коммуникации. Принципы построения внутренних коммуникаций. Стратегия внутренних коммуникаций как

составная часть коммуникационной стратегии организации, бизнес-стратегии организации.

Тема 6. Планирование внутренних коммуникаций (2 ч.)

Критерии эффективности внутренних коммуникаций и способы их определения. Методики исследования внутренних коммуникаций. Мониторинг традиционных видов СМИ и Интернет-ресурсов; Работа с социальными медиа: изучение пользовательской аудитории и изучение контента.

Тема 7. Корпоративная культура (2 ч.)

Требования к созданию правил и стандартов. Формирование внутрикорпоративной этики. Формальное закрепление внутрикорпоративных правил.

Тема 8. Каналы внутренних коммуникаций (2 ч.)

Организация процесса информирования и информационного обмена. Каналы информирования: медийные, немедийные, межличностные. Формальная и неформальная коммуникации в организации. Управление слухами. Регулирование информационных потоков. Вертикальные коммуникации: управление обратной связью. Горизонтальные коммуникации. Правила корпоративного общения в информационных каналах.

Тема 9. Инструменты внутренних коммуникаций (2 ч.)

Корпоративное интернет-пространство: информационное наполнение и сопровождение. Функции корпоративного портала: база данных документов и контактов; размещение и реализация инициатив сотрудников; использование корпоративного интернет-ресурса для обучения; помощь в работе с клиентами.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические занятия (36 час. в том числе 10 часов использованием интерактивных методов обучения).

Раздел 3. Управление внутренними коммуникациями.

Практическое занятие № 1. «Анализ внутрикорпоративных коммуникаций» (4 час.)

План занятия:

1. Методы коммуникационного аудита.
2. Коммуникационные ошибки и барьеры.
3. Основные критерии оценки эффективности внутренних коммуникаций: текучесть кадров, удовлетворенность трудом и рабочие показатели.
4. Основные риски внутренних коммуникаций.
5. Управление проблемами: состояние и прогнозы внутренних коммуникаций организации.

Практическое занятие № 2. «Каналы и инструменты внутренних коммуникаций» (4 час.) Занятие проводится с использованием метода **активного обучения «практика-консультация»**. В начале урока каждому студенту выдается методический материал, содержащий теоретический материал по пройденной теме, варианты заданий и решение типового задания. Сначала, вместе с преподавателем разбирается и повторяется теоретический материал по теме. После чего, каждый студент решает свой вариант, при возникновении вопросов, обращается за помощью к преподавателю. Практика консультации проводится с целью научить студентов самостоятельной работе с учебной литературой, оказания помощи в самостоятельной работе, в подготовке к рубежной контрольной работе. Преподаватель контролирует ход решения задач, отвечает на возникающие вопросы и обобщает рассмотренный материал. Преимущество практики- консультации перед другими формами проведения лабораторного занятия в том, что она позволяет приучить

студентов к работе с литературой, индивидуализировать процесс обучения с учетом уровня понимания и восприятия материала каждым обучаемым.

План занятия:

1. Внутрикorporативные СМИ и их содержательная часть.
2. Ключевые сообщения.
3. Принципы формирования новостей организации.
4. Методы работы с инфоповодом.
5. Место и значение корпоративных традиций.
6. Организация и проведение корпоративных мероприятий.
7. Внутрикorporативные награждения и знаки отличия.

Практическое занятие № 3. «Управление внутренними коммуникациями с использованием креатива» (4 час.)

План занятия:

1. Управление коммуникациями на различных уровнях компании.
2. Инструменты привлечения и вовлечения целевой аудитории.
3. Спецпроекты и мультимедиа.
4. Мероприятия как инструмент внутренних коммуникаций.
5. Мотивация амбассадоров: образовательные и развлекательные мероприятия.

Практическое занятие № 4. «Управление корпоративной социальной ответственностью» (2 час.)

План занятия:

1. Корпоративное волонтерство: стейкхолдеры и мотивация заинтересованных сторон.
2. Организационные аспекты корпоративного волонтерства: нормативная база; система управления; интеграция волонтерского опыта; управление рисками.
3. Принципы реализации социального партнерства и способы управления им.

Практическое занятие № 5. «Стандартизация внутренних коммуникаций» (2 час.) Занятие проводится с использованием метода **активного обучения «практика-консультация»**. В начале урока каждому студенту выдается методический материал, содержащий теоретический материал по пройденной теме, варианты заданий и решение типового задания. Сначала, вместе с преподавателем разбирается и повторяется теоретический материал по теме. После чего, каждый студент решает свой вариант, при возникновении вопросов, обращается за помощью к преподавателю. Практика консультации проводится с целью научить студентов самостоятельной работе с учебной литературой, оказания помощи в самостоятельной работе, в подготовке к рубежной контрольной работе. Преподаватель контролирует ход решения задач, отвечает на возникающие вопросы и обобщает рассмотренный материал. Преимущество практики- консультации перед другими формами проведения лабораторного занятия в том, что она позволяет приучить студентов к работе с литературой, индивидуализировать процесс обучения с учетом уровня понимания и восприятия материала каждым обучаемым.

План занятия:

1. Регламенты, процедуры, положения.
2. Корпоративный кодекс: структура документа, обязательные и «второстепенные» пункты.
3. Сроки и этапы реализации стратегии развития внутренних коммуникаций.

Практическое занятие № 6. «Внутренние коммуникации при управлении кризисными ситуациями» (4 час.)

План занятия:

1. Изменения в компании: реструктуризация, смена владельцев, слияния и поглощения.
2. Работа с сотрудниками во время внедрения изменений.

3. Управление изменениями в компании: создание среды, способствующей изменениям в компании; этапы внедрения изменений в компании.

4. Изменение внешней среды по отношению к компании.

5. Ответ на внешние вызовы.

6. Корпоративная солидарность.

7. Работа с сотрудниками во время внешних вызовов.

Практическое занятие № 7. «Управление конфликтами средствами внутренних коммуникаций» (2 час.) Занятие проводится с использованием метода активного обучения «практика-консультация». В начале урока каждому студенту выдается методический материал, содержащий теоретический материал по пройденной теме, варианты заданий и решение типового задания. Сначала, вместе с преподавателем разбирается и повторяется теоретический материал по теме. После чего, каждый студент решает свой вариант, при возникновении вопросов, обращается за помощью к преподавателю. Практика консультации проводится с целью научить студентов самостоятельной работе с учебной литературой, оказания помощи в самостоятельной работе, в подготовке к рубежной контрольной работе. Преподаватель контролирует ход решения задач, отвечает на возникающие вопросы и обобщает рассмотренный материал. Преимущество практики-консультации перед другими формами проведения лабораторного занятия в том, что она позволяет приучить студентов к работе с литературой, индивидуализировать процесс обучения с учетом уровня понимания и восприятия материала каждым обучаемым.

План занятия:

1. Причины конфликтов.

2. Оптимальные способы разрешения конфликтов.

3. Особенности поведения в конфликтных ситуациях.

Практическое занятие № 8. «Оценка эффективности системы внутренних коммуникаций» (4 час.)

План занятия:

1. Основные критерии оценки эффективности системы внутренних коммуникаций.
2. Уровень информированности сотрудников.
3. Сокращение типовых запросов.
4. Упрощение формирования проектных групп и команд, рост эффективности внутренних проектов компании.
5. Повышение уровня лояльности и вовлеченности.

Практическое занятие № 9. «Вопросы бюджетирования внутренних коммуникаций» (4 час.)

План занятия:

1. Планирование бюджета внутренних коммуникаций.
2. Циклы бюджетирования и долгосрочное планирование проектов по внутренним коммуникациям.
3. Методы управления бюджетом.
4. Управление крупными проектами по внутренним коммуникациям с разными подрядчиками.
5. Контроль бюджета на внутренние коммуникации и корпоративные мероприятия.

Практическое занятие № 10. «Управление внутренними коммуникациями в условиях современности» (2 час.) Занятие проводится с использованием метода активного обучения «практика-консультация». В начале урока каждому студенту выдается методический материал, содержащий теоретический материал по пройденной теме, варианты заданий и решение типового задания. Сначала, вместе с преподавателем разбирается и повторяется теоретический материал по теме. После чего, каждый студент решает свой вариант, при возникновении вопросов, обращается за помощью к преподавателю. Практика консультация проводится с целью научить студентов самостоятельной работе с учебной литературой, оказания помощи в самостоятельной работе, в подготовке к рубежной контрольной работе.

Преподаватель контролирует ход решения задач, отвечает на возникающие вопросы и обобщает рассмотренный материал. Преимущество практики-консультации перед другими формами проведения лабораторного занятия в том, что она позволяет приучить студентов к работе с литературой, индивидуализировать процесс обучения с учетом уровня понимания и восприятия материала каждым обучаемым.

План занятия:

1. Значение внутренних коммуникаций независимо от форм организации деятельности.
2. Новые вызовы: построение внутренних коммуникаций в условиях работы on-line.

Практическое занятие № 11. «Современное коммуникативное агентство: специфика и особенности» (4 час.)

План занятия:

1. Структура коммуникативного агентства
2. Крупнейшие зарубежные коммуникативные компании.
3. Российские коммуникативные агентства.
4. Анализ сходств и отличий в деятельности российских и зарубежных коммуникативных агентств.
5. Аудитории воздействия и каналы коммуникации: специфика работы с различными целевыми группами.

**V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине,
в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию.**

Примерная дата проведения	Наименование контрольного мероприятия	Форма контроля	Нормы времени на выполнение
1-7 недели	Работа с конспектом	Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем,	18 часов

		обсуждение результатов выполненной работы на занятии	
7-13 недели	Работа с конспектом, работа с литературой, подготовка к проектной работе	Устный опрос, собеседование с группой.	18 часов
13-18 недели	Подготовка проектов	Презентация проектов	18 часов
Итого			54 часа

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента по дисциплине «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» предусматривает:

- поиск дополнительной литературы, к которой студенты могут прибегать 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.

Материалы для организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к практическим занятиям, работы над рекомендованной литературой, написания докладов по теме занятия, подготовки презентаций, решения творческих задач, подготовка проектов.

При организации самостоятельной работы преподаватель должен учитывать уровень подготовки каждого студента и предвидеть трудности,

которые могут возникнуть при выполнении самостоятельной работы. Преподаватель дает каждому студенту индивидуальные и дифференцированные задания. Некоторые из них могут осуществляться в группе (например, подготовка доклада и презентации по одной теме могут делать несколько студентов с разделением своих обязанностей – один готовит научно-теоретическую часть, а второй проводит анализ практики).

Рекомендации к самостоятельной работе на лекции

Студенту необходимо быть готовым к лекции до прихода лектора в аудиторию, так как именно в первую минуту объявляется тема, формулируется основная цель, дается перечень важнейших вопросов. Без этого дальнейшее понимание лекции затрудняется.

Эффективность познавательной деятельности студента при слушании всецело зависит от направленности его внимания. Внимание обусловлено единством субъективных и объективных причин. В зависимости от действия этих причин оно может быть произвольным, т.е. возникает помимо сознательного намерения человека, и произвольным, сознательно регулируемым, направляемым. Работа студента на лекции – сложный процесс, включающий в себя слушание, осмысливание и собственно конспектирование (запись).

Умение студента слышать на лекции преподавателя является лишь первым шагом в процессе осмысленного слушания, который включает в себя несколько этапов, начиная от восприятия речи и кончая оценкой сказанного.

Лекцию необходимо записывать, вести краткие конспекты, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Обычно запись производится в специальной тетради. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении

рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции.

Основное отличие конспекта от текста – отсутствие или значительное снижение избыточности, то есть удаление отдельных слов или частей текста, не выражающих значимой информации, а также замена развернутых оборотов текста более лаконичными словосочетаниями (свертывание). При конспектировании основную информацию следует записывать подробно, а дополнительные и вспомогательные сведения, примеры – очень кратко. Умение отделять основную информацию от второстепенной – одно из основных требований к конспектирующему. Хорошие результаты в выработке умения выделять основную информацию дает известный приём, названный условно приемом фильтрации и сжатия текста, который включает в себя две операции:

1. Разбивку текста на части по смыслу.
2. Нахождение в каждой части текста одного слова краткой фразы или обобщающей короткой формулировки, выражающих основу содержания этой части.

Рекомендуется применять систему условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким. Основные термины, повторяющиеся наиболее часто, могут быть выделены как ключевые слова и обозначены начальными заглавными буквами этих слов (сокращение, называемое аббревиатурой). Ключевые слова записываются первый раз полностью, после чего в скобках дается их аббревиатура. Процесс записи значительно облегчается при использовании сокращений общепринятых вспомогательных слов. В самостоятельной работе над лекцией целесообразным является использование студентами логических схем. Они в наглядной форме раскрывают содержание и взаимосвязь категорий, законов, понятий, наиболее важных фактов.

Прослушанный материал лекции студент должен проработать. Насколько эффективно он это сделает, зависит и прочность усвоения знаний. Опыт показывает, что только многоразовая, планомерная и целенаправленная обработка лекционного материала обеспечивает его надежное закрепление в долговременной памяти человека.

Повторение нужно разнообразить. При первом повторении изучаются все параграфы и абзацы, при втором, возможно, будет достаточно рассмотреть только отдельные параграфы, а в дальнейшем лишь тему лекции.

Необходимым является подготовка студента к предстоящей лекции. Основным требованием, предъявляемым к такой работе, является, прежде всего, систематичность ее проведения. Она включает ряд важных познавательно-практических этапов: чтение записей, сделанных в процессе слушания и конспектирования предыдущей лекции, вынесение на поля всего, что требуется при дальнейшей работе с конспектом и учебником; техническое оформление записей (подчеркивание, выделение главного, выводов, доказательств); выполнение практических заданий преподавателя; знакомство с материалом предстоящей лекции по учебнику и дополнительной литературе.

Методические рекомендации для написания конспектов

Конспекты, написанные от руки, предоставляются преподавателю для оценки (зачёт/незачёт). Учитывая, что в большинстве случаев тексты первоисточников весьма объёмные, для конспектирования можно выбрать только страницы, разделы или главы (30-50 стр. печатного текста). Объём законспектированного текста в тетради определяется самим студентом.

Методические указания к самостоятельному выполнению проектного задания

Выполнение проектного задания (ТЗ) в рамках дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Этапы работы над творческим заданием:

1. Определение темы проекта. На этом этапе следует определить, будет ли выполняться проект индивидуально или в группе.

2. Формулировка проблемы, постановка цели и задач.

3. Организация деятельности. Если проект выполняется в группе, следует организовать рабочую группу, определить роли каждого участника рабочей группы, спланировать совместную или индивидуальную деятельность по решению задач проекта.

4. Активная и самостоятельная работа над проектом; консультации преподавателя; оформление полученных результатов.

5. Подготовка к защите проекта.

Проект считается выполненным полностью в случае

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;

2. Предоставления материалов на электронном носителе и в печатном виде;

3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;

4. Наличия в материалах проекта описания методики использования ЦОР;

5. Успешной презентации и защиты проекта

Методические рекомендации для подготовки презентаций

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;

- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Презентация должна отражать тематику реализуемого проекта.

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Для текущей аттестации при изучении дисциплины «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» используются следующие оценочные средства:

1) Устный опрос (УО):

Собеседование (консультация с преподавателем) (УО-1)

2) Письменные работы (ПР):

Конспект (ПР-7)

Проект (ПР-9)

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Раздел 1. Введение	УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных отношений.	Знает основы межкультурного взаимодействия и межличностного общения необходимые для создания коммуникационной среды в организации.	УО-1	Вопросы к экзамену 1-8
Умеет организовывать процесс межкультурной коммуникации с целью создания недискриминационной среды для ее участников.			ПР-7		
Владеет навыками личного и межкультурного общения и способен успешно применять их при выполнении профессиональных					

			ых задач в области рекламы и паблик рилейшнз.		
Раздел 2. Построение внутренних коммуникаций в организации	УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик рилейшнз.		Знает основные теоретические и практические наработки в области управления внутрикорпоративными коммуникациям и.	УО-1	Вопросы к экзамену 9-26
			Умеет выстроить оптимальную стратегию развития внутрикорпоративных коммуникаций в области рекламы и паблик рилейшнз с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности.	ПР-7	
			Владеет навыками построения профессиональной траектории с учетом знаний и практического опыта в области рекламы и паблик рилейшнз.		
Раздел 3. Управление внутренними коммуникациями	ПК -1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры		Знает о видах, каналах и уровнях внутренней и внешней коммуникациях в организации, их месте в деятельности организации, понимает, что такое нематериальная мотивация и функции обратной связи	УО-1	Вопросы к экзамену 26-40

			во внутрикорпорат ивной коммуникации.		
			Умеет организовывать процессы: внутренних и внешних коммуникаций в организации, информирования во внутрикорпорат ивной среде с учетом знаний о внутренних целевых аудиториях, их типах и сегментах.	ПР-7	
			Владеет навыками формирования и поддержания внутрикорпорат ивных: идентичности, культуры и традиции.	ПР-9	
		ПК -3.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникацио нной стратегии	Знает основные методики разработки и реализации коммуникацион ных стратегий.	УО-1	
			Умеет использовать теоретические и практические знания для разработки коммуникацион ной стратегии развития организации с учетом интеграции всех возможных видов коммуникацион ной активности.	ПР-7	
			Владеет навыками стратегического планирования, стратегического	ПР-9	

			управления и антикризисного мышления для эффективного построения и поддержания внутрикорпоративной системы ценностей.		
--	--	--	---	--	--

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(печатные и электронные издания)

1. Горфинкель В.Я. Коммуникации и корпоративное управление / Горфинкель В.Я., Торопцов В.С., Швандар В.А.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 128 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81642.html>
2. Короткий С.В. Корпоративное управление / Короткий С.В.. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 230 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72357.html>
3. Тюлин, А. Е. Корпоративное управление. Методологический инструментарий / А.Е. Тюлин. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 216 с. Режим доступа : <https://znanium.com/catalog/product/1019338>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования / А. М. Блюмин. – М.: Дашков и К, 2017. – 364 с. Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978>
2. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 376 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code8E#none>
3. Менеджмент корпорации и корпоративное управление / А.Н. Асаул [и др.]. — Санкт-Петербург : Институт проблем экономического

возрождения, Гуманистика, 2006. — 288 с. Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/18197.html>

4. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. - М.: Дашков и К, 2016. - 252 с. Режим доступа :
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430570>

5. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations: теоретические брифы. / Скрипникова Н.Н — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 53 с. Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

6. Шейнин Э.Я. Корпоративное управление. Теория и практика / Шейнин Э.Я.. — Москва : Московский городской педагогический университет, 2010. — 308 с. Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/26507.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Индустрия рекламы – теория и практика рекламной деятельности
2. информационно-справочный портал <http://adindustry.ru/>
3. Advertology.ru – наука о рекламе: информационно-справочный портал <http://www.advertology.ru/>
4. Маркетинг журнал 4p.ru <http://www.4p.ru/>
5. «Российский общеобразовательный портал»: <http://www.school.edu.ru/>
6. «Издание литературы в электронном виде»: <http://www.magister.msk.ru/library/library.htm>
7. Annual Review: <http://www.annualreviews.org/ebvc>
8. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных: <http://www.scopus.com/>

9. Единая коллекция образовательных ресурсов: <http://school-collection.edu.ru/catalog/>
10. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА): <http://www.rba.ru/>
11. Каталог электронных ресурсов научной библиотеки ДВФУ: <http://www.dvfu.ru/web/library/elib>
12. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/>.
13. Научная электронная библиотека (НЭБ): <http://www.elibrary.ru/>
14. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/index.html>
15. Российская государственная библиотека (электронный каталог): <http://www.rsl.ru/>
16. Университетская информационная система Россия (УИС Россия): <http://uisrussia.msu.ru>
17. Электронная библиотечная система «Айбукс»: <http://ibooks.ru/>
18. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека»: www.biblioclub.ru.
19. Электронная библиотечная система издательства «Лань»: <http://e.lanbook.com/>
20. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда: <http://www.oxfordrussia.com>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

VIII.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Работа с теоретическими материалами. Изучение дисциплины следует начинать с проработки тематического плана лекций, уделяя особое внимание структуре и содержанию темы и основных понятий. Изучение «сложных» тем следует начинать с составления логической схемы основных понятий, категорий, связей между ними. Целесообразно прибегнуть к классификации материала, в частности при изучении тем, в которых присутствует большое количество незнакомых понятий, категорий, теорий, концепций, либо насыщенных информацией типологического характера. Студенты должны составлять конспекты лекций, систематически готовиться к практическим занятиям, вести глоссарий и быть готовы ответить на контрольные вопросы в ходе лекций и аудиторных занятий. Успешное освоение программы курса предполагает прочтение ряда оригинальных работ и выполнение практических заданий.

Подготовка и выполнение практических заданий. По каждой теме дисциплины предлагаются вопросы и практические задания. Перед выполнением заданий изучите теорию вопроса, предполагаемого к исследованию. Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме консультаций и дискуссий;
- в выполнении индивидуальных и групповых заданий,
- в подготовке к защите курсовой работы,
- в подготовке к итоговому собеседованию.

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. Как правило, семинары проводятся в виде практик-консультаций с элементами дискуссии. При этой форме работы отдельным студентам могут

поручаться сообщения по тому или иному вопросу, а также ставя дополнительные вопросы, как всей аудитории, так и определенным участникам обсуждения.

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.

Методические рекомендации для написания конспектов

Конспекты, написанные от руки, предоставляются преподавателю для оценки (зачёт/незачёт). Учитывая, что в большинстве случаев тексты первоисточников весьма объёмные, для конспектирования можно выбрать только страницы, разделы или главы (30-50 стр. печатного текста). Объём законспектированного текста в тетради определяется самим студентом.

Рекомендуемая для конспектирования литература

1. Виханский, О. С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 656 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/988768>
2. Воронин М., Кабицкая Д., Тихонова Н. - HR-квест. Как сделать сотрудников адвокатами бренда - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2014 - 224с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62311>
3. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерёмина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 454 с. Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028605>
4. Деловые коммуникации: Уч.пос./Кривокора Е. И. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 190 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518602>

5. Организационная культура компании: Учеб. пособие / Т.О. Соломанидина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 624 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/213130>

Методические указания к выполнению проектного задания

Выполнение проектного задания в рамках дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Проект – совокупность мероприятий, направленных на достижение определённой и четко структурированной цели в конкретные сроки с привлечением оптимальных средств и ресурсов.

Проект представляет собой конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Технология разработки проектов включает в себя следующие этапы:

разработка замысла проекта в соответствии с требованиями программы по следующей структуре:

- аудитория проекта (т.е. характеристика проблем целевой группы и лиц, непосредственно получающих пользу от проекта);
- цели и задачи проекта;
- содержание проекта;
- организация-исполнитель (или форма реализации проекта);
- планируемые результаты и критерии эффективности.

Проект считается выполненным полностью в случае

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;
2. Предоставления материалов на электронном носителе и в печатном виде;
3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;
4. Наличия в материалах проекта описания методики использования ЦОР;
5. Успешной презентации и защиты проекта

Проект считается выполненным полностью в случае

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;
2. Предоставления материалов на электронном носителе и в печатном виде;
3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;
4. Наличия в материалах проекта описания методики использования ЦОР;
5. Успешной презентации и защиты проекта

Задания на проектирование

1. Анализ опыта выхода из кризисных ситуаций ведущих российских компаний .
2. Разработка внутрикорпоративного этического кодекса для организации
3. Создание плана внутрикорпоративных мероприятий для организации
4. Разработка критериев для оценки лучших сотрудников в организации

IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Аудитории корпуса F г. Владивосток, о.Русский, п. Аякс д.10, корпус F	Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудио- процессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управле- ния IPL T CR48; беспроводные ЛВС для обучающихся обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS). Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (25 шт.)	

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.

X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контроль достижения целей курса

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства			
				текущий контроль	промежуточная аттестация		
	Раздел 1. Введение	УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных релейшнз.	знает	УО-1	Вопросы к экзамену 1-8		
			умеет	ПР-7			
			владеет				
	Раздел 2. Построение внутренних коммуникаций в организации		УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности,	знает		УО-1	Вопросы к экзамену 9-26
				умеет		ПР-7	

		изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик рилейшнз.	владеет		
Раздел 3. Управление внутренними коммуникациями	ПК -1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры		знает	УО-1	Вопросы к экзамену 26-40
			умеет	ПР-7	
			владеет	ПР-9	
	ПК -3.4 Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии		знает	УО-1	
			умеет	ПР-7	
			владеет	ПР-9	

Критерии оценочных средств

Для дисциплины «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» используются следующие оценочные средства:

1. Устный опрос (УО-1),
2. Конспект (ПР-7),
3. Проект (ПР-9).

	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-1	Устный опрос	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как	Вопросы по темам/разделам дисциплины

		учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	
ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения	Литература для конспектирования
ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе	Задания для проекта

Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» проводится в форме контрольных мероприятий (устного опроса, выступления с проектом, тестирования, конспекта первоисточника) 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.

Каждому объекту оценивания присваивается конкретный балл. Составляется календарный план контрольных мероприятий по дисциплине и внесения данных в АРС. По окончании семестра студент набирает определенное количество баллов, которые переводятся в пятибалльную систему оценки.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки.

Опрос – важнейшее средство развития мышления и речи. Он обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену.

Ответы на вопросы для готовятся студентами самостоятельно и проверяются преподавателем на практических занятиях в ходе устного опроса. Наиболее сложные вопросы обсуждаются с преподавателем на текущих консультациях.

Критерии оценки устного опроса:

Результат работы студента в ходе устного ответа в виде собеседования с преподавателем оценивается по следующим критериям: полнота раскрытия вопросов; степень самостоятельности выполнения задания; и его презентация; исполнение сроков предоставления выполненных заданий; способность отвечать на вопросы преподавателя и студентов в ходе устного опроса по заданной тематике.

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме вопроса. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 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 смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Конспект

Требования к представлению и оформлению конспекта.

1. Конспектирование начинается с лекции преподавателя, полученный материал структурируется и фиксируется в письменной форме.

2. По ранее зафиксированному плану производится обзор научной литературы.

3. Составление самого конспекта. Можно сказать, что конспект – это расширенные тезисы, дополненные рассуждениями и доказательствами, содержащимися в произведении, а также собственными мыслями и положениями составителя конспекта. Конспект также включает и выписки. В него могут включаться отдельные дословно цитируемые места произведений или материала, а также примеры, цифры, факты, схемы, взятые из конспектируемого произведения. Конспект требует большего наполнения знаниями, чем только фиксация неких сведений. Поэтому для полноценного и успешного конспектирования требуется дальнейшая работа над материалом и определения, связи того или иного произведения с другими в данной тематике или проблематике.

4. Оформление конспекта. Приступая к конспектированию, следует подумать и о его оформлении. Для этого требуется указать:

- название темы;
- выходные данные рассматриваемых источников;
- ключевые концепции по теме.

Писать конспект рекомендуется четко и разборчиво. Небрежная запись со временем становится малопонятной даже для ее автора. Существует общее правило: конспект, составленный для себя, должен быть написан так, чтобы его легко прочитал кто-нибудь другой.

При конспектировании допускается сокращение слов, но здесь следует допускать известную осторожность и меру. Использование общеупотребительных сокращений не вызывает сомнений и опасений. В большинстве же случаев каждый составитель вырабатывает свои сокращения. Однако если они не систематизированы, то лучше их не применять. Случайные сокращения ведут к тому, что спустя некоторое время конспект становится непонятным и неудобочитаемым. Недопустимы сокращения в наименованиях и фамилиях.

В конспекте можно выделять места текста в зависимости от их значимости. Для этого применяются различного размера буквы, подчеркивания, замечания на полях.

В конспекте могут быть диаграммы, таблицы, схемы, которые придают ему наглядность, способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

Конспект, обычно ведется в тетрадях или на отдельных листках.

Записи в тетрадях:

- легче оформить,
- они занимают меньше места,
- их удобно брать и носить с собой на лекцию, семинары и т.д.

Рекомендуется оставлять в тетрадях поля для последующей работы над конспектом, для дополнительных записей, замечаний, пунктов плана. Тетрадный конспект вести намного легче, чем конспектировать на листках.

Однако конспект в тетради имеет и недостатки: в нем мало место для пополнения новыми сведениями, материалами, выводами, обобщениями.

Конспект на отдельных листках:

- из него удобно извлечь отдельную, понадобившуюся запись;
- его можно быстро пополнить листками с новыми сведениями и материалами, выводами и обобщениями;
- при подготовке выступлений лекций, докладов легко подобрать листики из различных конспектов, свести их вместе;
- в результате конспект может стать тематическим.

Недостатки конспекта на отдельных листках:

- необходимы папки для их хранения, которые можно перепутать, рассыпать;
- возникает также необходимость писать на них порядковый номер или какой-нибудь индекс, название конспектируемого произведения.

Однако такая затрата времени окупается мобильными и удобными преимуществами.

Критерии оценки конспекта:

✓ 100-85 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. 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. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. 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.

Проект

Выполнение проектного задания в рамках дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Проект представляет собой конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Задания на проектирование

1. Анализ опыта выхода из кризисных ситуаций ведущих российских компаний .
2. Разработка внутрикорпоративного этического кодекса для организации
3. Создание плана внутрикорпоративных мероприятий для организации

4. Разработка критериев для оценки лучших сотрудников в организации

Критерии оценки студента по выполнению проекта

Баллы	Оценка (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-86	«отлично» («зачтено»)	Оценка «отлично» («зачтено») выставляется студенту, если он разработал и реализовал проект в соответствии со всеми требованиями (проблема; цель, задачи и целевая аудитория проекта; методы и средства реализации проекта; анализ проекта и рекомендации). Проект может быть рекомендован для дальнейшего использования.
85-76	«хорошо» («зачтено»)	Оценка «хорошо» («зачтено») выставляется студенту, если он разработал проект в соответствии с основными требованиями, но допустил некоторые ошибки в его подготовке и реализации (например, неправильно выбрал методы и средства для его реализации; не учёл особенности целевой аудитории и т.п.). Проект нуждается в корректировке.
75-61	«удовлетворительно» («зачтено»)	Оценка «удовлетворительно» («зачтено») выставляется студенту, если он разработал проект, но проект не соответствует предъявляемым требованиям.
60-50	«неудовлетворительно» («не зачтено»)	Оценка «неудовлетворительно» («не зачтено») выставляется студенту, если он не разработал проект.

Критерии оценки презентации проекта

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

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Согласно учебному плану видом промежуточной аттестации по дисциплине «Управление внутрикорпоративными коммуникациями» предусмотрен экзамен, который выставляется по результатам работы в семестре. Экзамен проводится в устной форме по билетам.

Вопросы к экзамену

1. Интегрирующая функция связей с общественностью в системе внутренних коммуникаций организации.
2. Этапы жизненного цикла организации и жизненного цикла ценностей организации.
3. Таргетирование и сегментация внутренних целевых аудиторий.
4. Неформальные ЛОМы организации.
5. Внутренние коммуникации в виртуальном коллективе.

6. Виды, каналы и уровни коммуникаций в организации.
7. Роль и сущность внутренних коммуникаций организации.
8. Системы нематериальной мотивации сотрудников и обратной связи.
9. Функции внутренних коммуникаций
10. Роль коммуникаций в HR-функциях (найм, отбор, адаптация, мотивация, управление знаниями).
11. Структура коммуникационного процесса на внутреннем уровне коммуникаций в организации.
12. Методы коммуникационного аудита.
13. Коммуникационные барьеры.
14. Критерии оценки эффективности внутренних коммуникаций: текучесть кадров, удовлетворенность трудом и рабочие показатели.
15. Риски внутренних коммуникаций.
16. Цель и задачи внутренней коммуникации.
17. Принципы построения внутренних коммуникаций.
18. Стратегия внутренних коммуникаций как составная часть коммуникационной стратегии организации, бизнес-стратегии организации.
19. Определение критериев эффективности внутренних коммуникаций.
20. Работа с социальными медиа: изучение пользовательской аудитории и изучение контента.
21. Общие правила формирования внутрикорпоративной этики.
22. Организация процесса информирования и информационного обмена. Каналы коммуникации в организации: медийные, немедийные, межличностные.
23. Управление слухами. Регулирование информационных потоков.
24. Правила корпоративного общения в информационных каналах.
25. Корпоративное интернет-пространство: информационное наполнение и сопровождение.

26. Внутренние СМИ и контент для внутренних коммуникаций.
27. Место и значение корпоративных традиций.
28. Организация и проведение корпоративных мероприятий.
29. Внутрикорпоративные награждения и знаки отличия.
30. Корпоративный кодекс: структура документа, обязательные и «второстепенные» пункты.
31. Управление изменениями в компании: создание среды, способствующей изменениям в компании; этапы внедрения изменений в компании.
32. Изменение внешней среды по отношению к компании.
33. Корпоративная солидарность.
34. Работа с сотрудниками во время внешних вызовов.
35. Оптимальные способы разрешения конфликтов средствами внутренних коммуникаций.
36. Основные критерии оценки эффективности системы внутренних коммуникаций.
37. Повышение уровня лояльности и вовлеченности.
38. Планирование бюджета внутренних коммуникаций.
39. Значение внутренних коммуникаций в жизни организации.
40. Построение внутренних коммуникаций в условиях работы on-line.

Критерии выставления оценки студенту на экзамене по дисциплине «Управление внутрикорпоративными коммуникациями»:

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, обозначает особенности применения тех или иных методов работы в зависимости от ситуаций, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

		способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы.
85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Использует основной терминологический, -правовые акты, влияющие на способы и методы работы.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, не владеет способами и методами работы не применяет их.