

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 29.04.2021 10:22:44

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b5e9b13008095b5726b159b6b04f8b5ae63b96a968c033

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный социально-педагогический университет»**

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ

 Н.Н. Кислова

Внутрикорпоративный PR рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Журналистики**

Учебный план
ФФ-б20ТСз(4г6м).plx
Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

| | |
|-------------------------|-----|
| Часов по учебному плану | 144 |
| в том числе: | |
| аудиторные занятия | 20 |
| самостоятельная работа | 115 |
| часы на контроль | 9 |

Виды контроля в семестрах:
экзамены 9

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр(Курс.Номер семестра на курсе) | 9(5.1) | | Итого | |
|---------------------------------------|--------|-----|-------|-----|
| | УП | РПД | УП | РПД |
| Вид занятий | | | | |
| Лекции | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Практические | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Консультация перед экзаменом | 2 | 2 | 2 | 2 |
| В том числе инт. | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Итого ауд. | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Контактная работа | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Сам. работа | 115 | 115 | 115 | 115 |
| Часы на контроль | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Итого | 144 | 144 | 144 | 144 |

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

Программу составил(и):

Кветкин Павел Дмитриевич

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Внутрикорпоративный PR

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

утвержденного учёным советом вуза от 30.08.2019 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 27.08.2019 г. №1

Зав. кафедрой Борщева Н.Н.

Начальник УОП



Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: формирование представлений о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации.

Задачи изучения дисциплины: изучить внутренние коммуникации в организации и способы управления ими; изучить методы профилактики конфликтов и негативных слухов.

Область профессиональной деятельности связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В.ДВ.05.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Медиаобразование

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Основы рекламы и публичных отношений в средствах массовой информации

Современный брендинг

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

Умеет подготовить текст рекламного сообщения;

Умеет выполнять обязанности PR-специалиста

ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

Умеет планировать и организовывать корпоративные мероприятия

ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Знает факторы формирования лояльности сотрудников к организации

Умеет исследовать и управлять внутренним имиджем организации

Владеет инструментами нематериальной мотивации сотрудников к труду, работе в команде, лояльной организации;

Владеет способами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами внутрикорпоративного PR

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Интеракт. |
|-------------|--|----------------|-------|-----------|
| | Раздел 1. Теоретический аспект внутрикорпоративного PR | | | |
| | Глава 1. Управление внутрикорпоративными связями | | | |
| 1.1 | Место отдела связей с общественностью внутри организации /Лек/ | 9 | 2 | 0 |
| 1.2 | Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с | 9 | 2 | 0 |
| 1.3 | Управление информационно-коммуникационными проектами во | 9 | 17 | 0 |
| | Глава 2. Корпоративная культура | | | |
| 2.1 | Стиль руководства и корпоративная культура /Лек/ | 9 | 0 | 0 |
| 2.2 | Кредо и корпоративная философия /Пр/ | 9 | 2 | 2 |
| 2.3 | Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия /Ср/ | 9 | 20 | 0 |
| | Глава 3. Фирменный стиль | | | |
| 3.1 | Составляющие фирменного стиля /Лек/ | 9 | 0 | 0 |

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Рабочая программ дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

| | | | | |
|--|---|---|----|---|
| 3.2 | Логотип и фирменный шрифт /Пр/ | 9 | 2 | 0 |
| 3.3 | Форма сотрудников и оформление интерьера /Ср/ | 9 | 20 | 0 |
| Раздел 2. Практический аспект внутрикорпоративного PR | | | | |
| Глава 4. Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей | | | | |
| 4.1 | Система внутрикорпоративной коммуникации /Лек/ | 9 | 2 | 0 |
| 4.2 | Мультимедийная коммуникация /Пр/ | 9 | 2 | 0 |
| 4.3 | Волонтерство /Ср/ | 9 | 20 | 0 |
| Глава 5. Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента | | | | |
| 5.1 | Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью /Лек/ | 9 | 2 | 2 |
| 5.2 | Подбор материала и написание статей /Пр/ | 9 | 2 | 0 |
| 5.3 | Разработка концепции периодического издания /Ср/ | 9 | 20 | 0 |
| Глава 6. Внутрикорпоративные связи с общественностью в условиях | | | | |
| 6.1 | Типология кризисов /Лек/ | 9 | 0 | 0 |
| 6.2 | Коммуникация в период кризиса /Пр/ | 9 | 2 | 0 |
| 6.3 | Кризис как стимул сплочения внутренней общественности /Ср/ | 9 | 18 | 0 |
| 6.4 | Консультация перед экзаменом /КонсЭ/ | 9 | 2 | 0 |

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

Лекция 1. Тема «Предмет и задачи корпоративных связей с общественностью»

Вопросы и задания

1. Определение основных целей внутреннего PR.
2. Определение основных задач внутреннего PR.
3. Составляющие внутрикорпоративного PR.
4. Эффективность системы взаимодействия подразделений и сотрудников в компании.
5. Мотивация к трудовой деятельности.

Лекция 2. Тема «Инструмент и каналы, виды внутренних коммуникаций»

Вопросы и задания

1. Управление внутренними коммуникациями как комплексная и высокотехнологичная деятельность.
2. Инструменты внутрикорпоративного управления.
3. Векторы и сферы системы корпоративных коммуникаций.

Лекция 3. Тема «Корпоративная культура и корпоративная идентичность»

Вопросы и задания

1. Понятие корпоративной идентичности.
2. Фундаментальные ценности в кодексе ее профессионального поведения.
3. Понятие корпоративной культуры, виды. Понятия корпоративной и организационной культуры. Формирование корпоративной культуры, исследование и управление.

**Лекция 4. Тема «Основные виды деятельности
внутрикорпоративных связей с общественностью»**

Вопросы и задания

1. Направления менеджмента по внутренним корпоративным коммуникациям.
2. Формирование привлекательного корпоративного имиджа.
3. Корпоративный кодекс.
4. Событийный и репутационный менеджмент.

Практическое занятие 1. Тема «Основные принципы коммуникаций с сотрудниками»

Вопросы и задания

1. Программы совершенствования отношений.
2. Принципы коммуникаций с сотрудниками.
3. Ценность взаимопонимания. Командная работа.
4. Учет вклада сотрудников в достижения компании.

Практическое занятие 2. Тема «Комплексный подход к формированию лояльности сотрудников к организации»

Вопросы и задания

1. Лояльность персонала.
2. Принципы коммуникаций с сотрудниками.
3. Ценность взаимопонимания. Командная работа.
4. Учет вклада сотрудников в достижения компании.

Практическое занятие 3. Тема «Комплексный подход к формированию лояльности сотрудников к организации»

Вопросы и задания

1. Лояльность персонала.
2. Работа по оценке уровня и выявлению проблем в области лояльности.
3. Учет групповых эффектов и организационной культуры.

Практическое занятие 4. Тема «Внутрикорпоративная стратегия»

Вопросы и задания

1. Изучите следующую ситуацию и предложите свое решение проблемы. Ваши предложения должны содержать следующие позиции:

- цель программы;
- стратегия программы (целевые группы, ключевое сообщение, поставленные задачи);
- предлагаемые технологии;
- методы оценки эффективности программы.

Проблемная ситуация

Российская нефтяная компания «Ойл» заключила стратегическое партнерство с компанией «Look» и заявила о своем намерении объединить свои нефтяные активы на территории России и Украины.

Проведенные исследования показали, что сотрудники созданной компании не имели четкого видения будущего интегрированной компании.

Управлению по коммуникациям и общественным связям предстоит выстроить четкую внутрикорпоративную стратегию.

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

| № п/п | Темы дисциплины | Содержание самостоятельной работы студентов | Продукты деятельности |
|--|--|---|---|
| 1 | Управление внутрикорпоративными связями с общественностью | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 2 | Корпоративная культура | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 3 | Фирменный стиль | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 4 | Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 5 | Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа компании | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| 6 | Внутрикорпоративные связи с общественностью в условиях кризиса | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий | Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий |
| Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор студента | | | |

| № п/п | Темы дисциплины | Содержание самостоятельной работы студентов | Продукты деятельности |
|-------|---|---|-----------------------|
| 1 | Организация информационных обменов между сотрудниками и руководителями. | Подготовить доклад по следующим пунктам: Развитие корпоративной и периодики. Предотвращение недовольств. Организация позитивного восприятия сотрудниками планов развития компании). | Доклады-презентации |
| 2 | Инструменты управления внутренними коммуникациями. | Подготовить доклад по следующим пунктам: Информационные инструменты. Аналитические инструменты. | Доклады-презентации |

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Внутрикорпоративный PR»
Коммуникативные инструменты.
Организационные инструменты.

| | | | |
|---|----------------------------------|--|---------------------|
| 3 | Составляющие внутреннего имиджа. | Подготовить доклад по следующим пунктам: Сотрудники компании как основные носители внутреннего имиджа. Исследование внутреннего имиджа. Значение внутреннего имиджа для успешности работы организации. | Доклады-презентации |
| 4 | Корпоративная идентичность | Подготовить доклад по следующим пунктам: Корпоративный дух. Корпоративная миссия. Корпоративная солидарность». Корпоративная философия фирмы. Деловое поведение. Своеобразие внешних атрибутов фирмы. | Доклады-презентации |
| 5 | Лояльность персонала | Подготовить доклад по следующим пунктам: Исследования лояльности. Наличие иерархической структуры. Эмоциональная, прагматическая, нормативная лояльность. | Доклады-презентации |

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---------------------|---|---|
| Л1.1 | Блюм, М.А. | PR-технологии в коммерческой деятельности : учебное пособие / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php? | Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2012 |
| Л1.2 | Чумиков, А.Н. | Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии / А.Н. Чумиков. – Москва ; Берлин Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635 | Директ-Медиа, 2015. |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему | Издательство, год |
|------|---------------------|--|----------------------|
| Л2.1 | Аксенова Е.А. | Управление персоналом: учебник для вузов Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118464 | М.: Юнити-Дана, 2015 |

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC
- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite
- GIMP
- Microsoft Office 2016 Professional Plus (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)

| |
|--|
| - Microsoft Office 365 Pro Plus - subscription license (12 month) (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher, Skype for Business, OneDrive, SharePoint Online) |
| - Microsoft Windows 10 Education |
| - Microsoft Windows 7/8.1 Professional |
| - XnView |
| - Архиватор 7-Zip |
| - Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» |
| 6.3 Перечень информационных справочных систем |
| - Elsevier (база данных «Freedom Collection» и коллекции электронных книг «Freedom Collection eBook collection», национальная подписка на полнотекстовые ресурсы) |
| - SCOPUS издательства Elsevier |
| - SpringerNature (национальная подписка на полнотекстовые ресурсы) |
| - База данных международных индексов научного цитирования Web of Science |
| - БД «Polpred.com. Обзор СМИ» |
| - УИС РОССИЯ |
| - ЭБС «E-LIBRARY.RU» |
| - ЭБС «ЛАНЬ» |
| - ЭБС «РУКОНТ» (Контекстум) |
| - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» |
| - ЭБС «ЮРАЙТ» (Коллекция Легендарные книги) |
| - Информационно-образовательная программа «Росметод» |
| - СПС «ГАРАНТ-Аналитик» |
| - СПС «Консультант-Плюс» |

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | |
|-----|--|
| 7.1 | Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование. Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт. |
|-----|--|

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| |
|--|
| <p>Работа над теоретическим материалом происходит кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю.</p> <p>Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с информационными источниками в разных форматах.</p> |
|--|

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

Курс 5 Семестр 9

| Вид контроля | | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
|--|--|-------------------------------|--------------------------------|
| Модуль 1. Теоретический аспект внутрикорпоративного PR | | | |
| Текущий контроль по разделу: | | | |
| 1 | Аудиторная работа | 4 | 6 |
| 2 | Самостоятельная работа (специальные обязательные формы) | 10 | 20 |
| 3 | Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента) | 6 | 12 |
| Контрольное мероприятие по разделу | | 8 | 12 |
| Промежуточный контроль | | 28 | 50 |
| Модуль 1. Практический аспект внутрикорпоративного PR | | | |
| Текущий контроль по разделу: | | | |
| 1 | Аудиторная работа | 4 | 6 |
| 2 | Самостоятельная работа (специальные обязательные формы) | 10 | 20 |
| 3 | Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента) | 6 | 12 |
| Контрольное мероприятие по разделу | | 8 | 12 |
| Промежуточный контроль | | 28 | 50 |
| Промежуточная аттестация | | 0 | 15 |
| Итого: | | 56 | 100 |

| Виды контроля | | Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов | Темы для изучения и образовательные результаты |
|--|-------------------|--|---|
| Раздел 1. Теоретический аспект внутрикорпоративного PR | | | |
| 1 | Аудиторная работа | Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6. | 1.1. Место отдела связей с общественностью внутри организации 1.2. Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью 1.3. Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью 2.1. Стиль руководства и корпоративная культура 2.2. Кredo и корпоративная философия 2.3. Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия |

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | <p>3.1. Составляющие фирменного стиля 3.2. Логотип и фирменный шрифт 3.3. Форма сотрудников и оформление интерьера</p> <p>Образовательные результаты: Знает факторы формирования лояльности сотрудников к организации Умеет исследовать и управлять внутренним имиджем организации Владеет инструментами нематериальной мотивации сотрудников к труду, работе в команде, лояльной организации; Владеет способами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами внутрикорпоративного PR</p> |
| 2 | Самостоятельная работа (обязательные формы) | Аналитический обзор современных тенденций внутрикорпоративного PR. Максимальное количество баллов - 20 | <p>1.1. Место отдела связей с общественностью внутри организации 1.2. Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью 1.3. Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью 2.1. Стиль руководства и корпоративная культура 2.2. Кредо и корпоративная философия 2.3. Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия 3.1. Составляющие фирменного стиля 3.2. Логотип и фирменный шрифт 3.3. Форма сотрудников и оформление интерьера</p> <p>Образовательные результаты: Знает факторы формирования лояльности сотрудников к организации Умеет исследовать и управлять внутренним имиджем организации Владеет инструментами нематериальной мотивации сотрудников к труду, работе в команде, лояльной организации;</p> |

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

| | | | |
|---|---|--|---|
| | | | Владеет способами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами внутрикорпоративного PR |
| 3 | Самостоятельная работа (на выбор студента) | Подготовка аналитических докладов по следующим темам: Сотрудники компании как основные носители внутреннего имиджа. Исследование внутреннего имиджа. Значение внутреннего имиджа для успешности работы организации. Максимальное количество баллов - 12 | |
| Раздел 2. Практический аспект внутрикорпоративного PR | | | |
| 1 | Аудиторная работа | Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6. | 4.1. Система внутрикорпоративной коммуникации 4.2. Мультимедийная коммуникация 4.3. Волонтерство 5.1. Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью 5.2. Подбор материала и написание статей 5.3. Разработка концепции периодического издания 6.1. Типология кризисов 6.2. Коммуникация в период кризиса 6.3. Кризис как стимул сплочения внутренней общественности Образовательные результаты: Умеет планировать и организовывать корпоративные мероприятия Умеет подготовить текст рекламного сообщения; Умеет выполнять обязанности PR-специалиста |
| 2 | Самостоятельная работа (обязательные формы) | В рамках специальных обязательных форм самостоятельной работы студенты выполняют следующие задания: Подготовить инфографику (2 балла) Использование разных типов оповещения сотрудников о деятельности компании (2 балла) Изучение современных систем оценки деятельности компании (2 балла) Написать 10 имиджевых PR-материалов (4 балла) Проанализировать ход внутрикорпоративной акции (4 балла) Снять короткий (максимальное время – 10 минут) видеоролик, посвящённый какому-либо имиджевому мероприятию кафедры журналистики СГСПУ (4 балла) | 4.1. Система внутрикорпоративной коммуникации 4.2. Мультимедийная коммуникация 4.3. Волонтерство 5.1. Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью 5.2. Подбор материала и написание статей 5.3. Разработка концепции периодического издания 6.1. Типология кризисов 6.2. Коммуникация в период кризиса |

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

| | | | |
|---|--|---|--|
| | | Разработать контент-план для паблика кафедры журналистики (2 балла) Максимальное количество баллов - 20 | 6.3. Кризис как стимул сплочения внутренней общественности Образовательные результаты: Умеет планировать и организовывать корпоративные мероприятия Умеет подготовить текст рекламного сообщения; Умеет выполнять обязанности PR-специалиста |
| 3 | Самостоятельная работа (на выбор студента) | Игра «Мост». Студенты выступают в роли рабочих, прорабов, подрядчиков, архитекторов и администрации города. Разрабатывают и создают мост из картонных коробок и канцелярских принадлежностей. По итогам работы проводится экспертная оценка (6 баллов) Интервью. Студенты готовят вопросы для имиджевого интервью с главой компании. По вопросам можно судить о степени проработки материала (6 баллов) Максимальное количество баллов - 12 | |
| | Контрольное мероприятие по разделу | Решение кейсов. Максимальное количество баллов – 12. | |
| | Промежуточный контроль (количество баллов) | Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов | |
| | Промежуточная аттестация | Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине | |