

Документ подписан посредством электронной подписи

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 19.04.2021

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

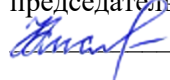
Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР и КО,

председатель УМС СГСПУ

Н.Н. Кислова



Внутрикорпоративный PR

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Литературы, журналистики и методики обучения
Учебный план	ФФ-622Жз(4г6м) Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 9
аудиторные занятия	18	
самостоятельная работа	117	
часы на контроль	9	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	9(5.1)		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	6	6	6	6
Практические	12	12	12	12
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная работа	18	18	18	18
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

Кветкин Павел Дмитриевич, Поздняков Константин Сергеевич

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 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 24.09.2021 протокол № 2

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 30.08.2021 г. №1

Переутверждена на основании решения Ученого совета СГСПУ

Протокол заседания Ученого совета СГСПУ от 31.08.2022 г. №1.

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 средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)				
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ				
Цикл (раздел) ОП:		Б1.В.ДВ.05		
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:			
Содержание дисциплины базируется на материале:				
Медиаобразование				
Медиаарилейшнз				
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:			
Современный брендинг				
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации				
ПК-4.1. Информировует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов				
Знает технологии формирования внутренних коммуникаций во время трансформации компаний				
Владеет инструментами внутренних коммуникаций, цели и задачи выбора оптимальных каналов внутренних коммуникаций				
ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации				
Умеет сравнивать материальные и нематериальные системы мотивации.				
Знает приемы и методы работы в системе нематериальной мотивации.				
ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией				
Умеет создавать площадку для обсуждения общих профессиональных проблем сотрудников организации				
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Теоретический аспект внутрикорпоративного PR			
	1.1. Управление внутрикорпоративными связями с общественностью			
1.1.1	Место отдела связей с общественностью внутри организации /Лек/	9	1	0
1.1.2	Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью /Пр/	9	2	0
1.1.3	Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью /Ср/	9	17	2
	1.2. Корпоративная культура			
1.2.1	Стиль руководства и корпоративная культура /Лек/	9	1	0
1.2.2	Кредо и корпоративная философия /Пр/	9	2	0
1.2.3	Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия /Ср/	9	20	0
	1.3. Фирменный стиль			
1.3.1	Составляющие фирменного стиля /Лек/	9	1	0
1.3.2	Логотип и фирменный шрифт /Пр/	9	2	0
1.3.3	Форма сотрудников и оформление интерьера /Ср/	9	20	0
	Раздел 2. Практический аспект внутрикорпоративного PR			
	2.1. Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью			
2.1.1	Система внутрикорпоративной коммуникации /Лек/	9	1	0
2.1.2	Мультимедийная коммуникация /Пр/	9	2	0
2.1.3	Волонтерство /Ср/	9	20	0
	2.2. Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа компании			
2.2.1	Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью /Лек/	9	1	0
2.2.2	Подбор материала и написание статей /Пр/	9	2	2
2.2.3	Разработка концепции периодического издания /Ср/	9	20	0
	2.3. Внутрикорпоративные связи с общественностью в условиях кризиса			

2.3.1	Типология кризисов /Лек/	9	1	0
2.3.2	Коммуникация в период кризиса /Пр/	9	2	0
2.3.3	Кризис как стимул сплочения внутренней общественности /Ср/	9	18	0
	/Экзамен/	9	9	0
5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)				
5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)				
9 семестр, 3 лекции, 6 практических занятий				
Лекция №1-2 (4 часа)				
Место отдела связей с общественностью внутри организации. Стиль руководства и корпоративная культура				
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.				
6. Управление внутренними коммуникациями как комплексная и высокотехнологичная деятельность.				
7. Инструменты внутрикорпоративного управления.				
8. Векторы и сферы системы корпоративных коммуникаций.				
Лекция №2 (2 часа)				
Составляющие фирменного стиля. Система внутрикорпоративной коммуникации				
Вопросы и задания				
1. Название организации.				
2. Слоган организации.				
3. Фирменная цветовая схема.				
4. Устная коммуникация.				
5. Письменная коммуникация.				
6. Игровая коммуникация.				
Лекция №3 (2 часа)				
Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью. Типология кризисов				
Вопросы и задания				
1. Виды корпоративной прессы.				
2. Планирование издания.				
3. Подбор материала.				
4. Типология кризисов.				
5. Коммуникация в период кризиса.				
6. Кризис стимул сплочения.				
Практическое занятие №1 (2 часа)				
Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью				
Вопросы и задания				
1. Специфические знания, которыми должен обладать специалист по внутрикорпоративным связям с общественностью.				
2. Влияние национальной культуры на характер коммуникации.				
3. Роли специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью в организации.				
Практическое занятие №2 (2 часа)				
Кредо и корпоративная философия				
Вопросы и задания				
1. Определение корпоративной философии.				
2. Текстологические особенности написания корпоративной философии.				
3. Типы корпоративной философии				
Практическое занятие №3 (2 часа)				
Логотип и фирменный шрифт				
Вопросы и задания				
1. Логотип.				
2. Виды логотипов.				
3. Правила визуального восприятия.				
Практическое занятие №4 (2 часа)				
Мультимедийная коммуникация				
Вопросы и задания				
1. Возможности использования мобильной связи в коммуникации организации.				
2. Технологии, основанные на электронной коммуникации.				
Практическое занятие №5 (2 часа)				
Подбор материала и написание статей				
Вопросы и задания				
1. Общие принципы подачи материала.				
2. Установление обратной связи.				
3. Участие руководства в создании корпоративного издания.				
Практическое занятие №6 (2 часа)				

Коммуникация в период кризиса			
Вопросы и задания			
1. Этапы работы специалиста в период кризиса.			
2. Роль внутренней общественности в условиях кризиса.			
3. Разработка кризисных документов.			
5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)			
Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине			
№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях 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	Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия	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	Форма сотрудников и оформление интерьера	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	Волонтерство	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	Разработка концепции периодического издания	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	Кризис как стимул сплочения внутренней общественности	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			
№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью	Подготовить доклад по следующим пунктам: Развитие корпоративной периодики. Предотвращение недовольств. Организация позитивного восприятия сотрудниками планов развития компании).	Доклады-презентации
2	Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия	Подготовить доклад по следующим пунктам: обряды, ритуалы, церемонии	Доклады-презентации
3	Форма сотрудников и оформление интерьера	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	Волонтерство	Подготовить доклад по следующим пунктам: Корпоративный дух. Корпоративная миссия. Корпоративная солидарность».	Доклады-презентации

		Корпоративная философия фирмы. Деловое поведение. Своеобразие внешних атрибутов фирмы.	
5	Разработка концепции периодического издания	Подготовить доклад по следующим пунктам: Исследования лояльности. Наличие иерархической структуры. Эмоциональная, прагматическая, нормативная лояльность.	Доклады-презентации
6	Кризис как стимул сплочения внутренней общественности	Подготовить доклад по следующим пунктам: кризис, общественность, стимул	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,	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 : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2012. – 105 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780 – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.	Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2012. – 105 с.
Л1.2	Чумиков, А.Н.	Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник научных трудов / А. Н. Чумиков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 107 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6019-5. – DOI 10.23681/375635. – Текст : электронный.	Директ-Медиа, 2015. – 107 с.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Аксенова Е.А.	Управление персоналом : учебник / Е. А. Аксенова, Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин [и др.] ; ред. Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 568 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682209 – ISBN 5-238-00290-4. – Текст : электронный.	М.: Юнити-Дана, 2017. – 568 с.

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC
- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite
- GIMP
- 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
- XnView
- Архиватор 7-Zip

6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

- Базы данных Springer eBooks	
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического 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.
7.2	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Оценка результатов обучения по дисциплине строится в соответствии с балльно-рейтинговой картой. По окончании изучения дисциплины у каждого студента должно сложиться портфолио из оформленных конспектов по темам практических занятий, работ, подготовленных в рамках самостоятельной работы докладов-презентаций. Методические рекомендации для преподавателей по организации изучения дисциплины Организация изучения дисциплины строится с использованием интерактивных форм обучения. Основная задача преподавателя сводится к отслеживанию новых трендов в области массовой информации, демонстрации видеотрансляций конференций и форумов, посвящённых новым медиа. Доклад, в данном случае, должен представлять самостоятельную авторскую работу, а не скупой реферативный текст. Не допускается использование интернет-энциклопедии Wikipedia, за цитирование подобных источников обязательно снижение баллов.	

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Внутрикорпоративный PR»

Курс 5 Семестр 9

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
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)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
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)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
Итого:		56	100

Вид контроля	Примеры заданий, критерии оценок и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу: Теоретический аспект внутрикорпоративного PR		
Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Темы: Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью Кредо и корпоративная философия Логотип и фирменный шрифт Темы: Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия Форма сотрудников и оформление интерьера Образовательные результаты: Знает технологии формирования внутренних коммуникаций во время трансформации компаний Владеет инструментами внутренних коммуникаций, цели и задачи выбора оптимальных каналов внутренних коммуникаций
Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	Аналитический обзор современных тенденций внутрикорпоративного PR. Максимальное количество баллов - 20	
Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	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	
Контрольное мероприятие по модулю	Решение кейса.	
Промежуточный контроль	Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	

		Умеет сравнивать материальные и нематериальные системы мотивации. Знает приемы и методы работы в системе нематериальной мотивации. Умеет создавать площадку для обсуждения общих профессиональных проблем сотрудников организации
Текущий контроль по разделу: Практический аспект внутрикорпоративного PR		
Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Темы:
Самостоятельная работа (специальные 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, посвященный какому-либо имиджевому мероприятию кафедры журналистики СГСПУ (4 балла) Разработать контент-план для паблика кафедры журналистики (2 балла) Максимальное количество баллов - 20	Мультимедийная коммуникация Подбор материала и написание статей Коммуникация в период кризиса Темы: Волонтерство Разработка концепции периодического издания Кризис как стимул сплочения внутренней общественности Образовательные результаты: Знает технологии формирования внутренних коммуникаций во время трансформации компаний Владеет инструментами внутренних коммуникаций, цели и задачи выбора оптимальных каналов внутренних коммуникаций Умеет сравнивать материальные и нематериальные системы мотивации. Знает приемы и методы работы в системе нематериальной мотивации. Умеет создавать площадку для обсуждения общих профессиональных проблем сотрудников организации
Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	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 модулю	Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу. Контрольные вопросы находятся в соответствующем разделе ФОСа	
Промежуточный контроль	Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	