

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины
Корпоративные коммуникации М2.В.8

Направление подготовки: 080200.68 - Менеджмент

Профиль подготовки: Корпоративное управление

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Палей Т.Ф.

Рецензент(ы):

Гурьянова Э.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Палей Т. Ф.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Палей Т.Ф. кафедра общего менеджмента Отделение менеджмента, TFPalej@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса состоит в рассмотрении вариативных решений по созданию эффективной системы коммуникаций как внутри корпорации, так и с внешней средой..

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.В.8 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.68 Менеджмент и относится к вариативной части. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Изучению учебной дисциплины должно предшествовать изучение таких курсов, как "Основы менеджмента", "Теория организации", "Психология менеджмента", "Организационное поведение".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	Способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования
ПК-11 (профессиональные компетенции)	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
ПК-12 (профессиональные компетенции)	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
ПК-4 (профессиональные компетенции)	Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК-9 (профессиональные компетенции)	Способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

В результате обучения данному курсу магистранты должны знать основные типы корпоративных коммуникаций, с решением которых связано управление деятельностью фирмы.

2. должен уметь:

В результате обучения данному курсу магистры должны уметь:

пользоваться специальными методическими приемами и способами событийного и репутационного менеджмента;

оценить эффективность деятельности Совета директоров и генерального директора;

организовать информационный обмен между сотрудниками и руководителями, организовать развитие корпоративной периодики;

предотвратить коллективные акции недовольства и протеста и организовать позитивное восприятие сотрудниками планов развития компании.

3. должен владеть:

В результате обучения данному курсу магистры должны владеть практическими навыками формирования привлекательного для сотрудников корпоративного имиджа, внедрения корпоративного кодекса и проведения внутренних PR-кампаний.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Система внутрикорпоративных коммуникаций	3	1	2	2	0	дискуссия
2.	Тема 2. Привлекательный для сотрудников корпоративный бренд	3	2	2	2	0	деловая игра
3.	Тема 3. Формирование корпоративной культуры	3	3	2	2	0	деловая игра
4.	Тема 4. Основы корпоративной идентичности	3	4	2	4	0	дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. Коммуникации между советом директоров и менеджментом компании	3	5	0	4	0	дискуссия
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет
	Итого			8	14	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Система внутрикорпоративных коммуникаций

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями. Организация внутрикорпоративного информационного пространства как пространства коммуникации. Корпоративные издания, сайт и Интранет как каналы внутренней коммуникации. Развитие информационной активности сотрудников. Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций. Организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии компании

практическое занятие (2 часа(ов)):

Современные стандарты управления внутренними корпоративными коммуникациями. Организация внутрикорпоративного информационного пространства как пространства коммуникации. Корпоративные издания, сайт и Интранет как каналы внутренней коммуникации. Развитие информационной активности сотрудников. Организация обратной связи в системе внутренних корпоративных коммуникаций. Организация коллективного обсуждения актуальных проблем и стратегии компании

Тема 2. Привлекательный для сотрудников корпоративный бренд

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Методы построения привлекательного для сотрудников и рынка труда корпоративного имиджа. Формирование внутренней деловой репутации компании. Преодоление ситуаций, угрожающих внутренней корпоративной репутации. Формирование коллективных представлений сотрудников о миссии и стратегии компании. Технология проведения информационной кампании для сотрудников. Критерии эффективности корпоративных событий (events).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Методы построения привлекательного для сотрудников и рынка труда корпоративного имиджа. Формирование внутренней деловой репутации компании. Преодоление ситуаций, угрожающих внутренней корпоративной репутации. Формирование коллективных представлений сотрудников о миссии и стратегии компании. Технология проведения информационной кампании для сотрудников. Критерии эффективности корпоративных событий (events).

Тема 3. Формирование корпоративной культуры

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Место корпоративного кодекса в системе корпоративных коммуникаций. Функции корпоративного кодекса. История развития корпоративной этики. Разработка корпоративных ценностей и правил поведения. Процедура разработки и внедрения корпоративного кодекса.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Место корпоративного кодекса в системе корпоративных коммуникаций. Функции корпоративного кодекса. История развития корпоративной этики. Разработка корпоративных ценностей и правил поведения. Процедура разработки и внедрения корпоративного кодекса.

Тема 4. Основы корпоративной идентичности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Эмоциональные связи сотрудника с компанией. Комплекс чувств и установок корпоративной идентичности. Методы и этапы формирования корпоративной идентичности. Типичные нарушения корпоративной идентичности и как их преодолевать. Разработка и реализация PR-кампании по развитию корпоративной идентичности.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Эмоциональные связи сотрудника с компанией. Комплекс чувств и установок корпоративной идентичности. Методы и этапы формирования корпоративной идентичности. Типичные нарушения корпоративной идентичности и как их преодолевать. Разработка и реализация PR-кампании по развитию корпоративной идентичности.

Тема 5. Коммуникации между советом директоров и менеджментом компании

практическое занятие (4 часа(ов)):

Эффективность взаимодействия совета директоров и менеджмента компании. Коррекция зон ответственности совета директоров и менеджмента компании. Эффективное и конструктивное проведение совещаний и заседаний, как форм коммуникаций. Информационное обеспечение совещаний. Управление сменой власти.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Система внутрикорпоративных коммуникаций	3	1	Выполнить теоретическое исследование и подготовить доклад по теме	10	дискуссия
2.	Тема 2. Привлекательный для сотрудников корпоративный бренд	3	2	Выполнить теоретическое исследование и подготовить доклад по теме	10	деловая игра
3.	Тема 3. Формирование корпоративной культуры	3	3	Выполнить теоретическое исследование и подготовить доклад по теме	10	деловая игра
4.	Тема 4. Основы корпоративной идентичности	3	4	Выполнить теоретическое исследование и подготовить доклад по теме	10	дискуссия
5.	Тема 5. Коммуникации между советом директоров и менеджментом компании	3	5	Выполнить теоретическое исследование и подготовить доклад по теме	10	дискуссия
	Итого				50	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

кейс-стади

интерактивные лекции

дискуссии

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Система внутрикорпоративных коммуникаций

дискуссия , примерные вопросы:

Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Общественная связь в коммуникации.

Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.

Тема 2. Привлекательный для сотрудников корпоративный бренд

деловая игра , примерные вопросы:

Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления.

Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.

Тема 3. Формирование корпоративной культуры

деловая игра , примерные вопросы:

Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

Тема 4. Основы корпоративной идентичности

дискуссия , примерные вопросы:

Самомотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникационной стратегии организации.

Тема 5. Коммуникации между советом директоров и менеджментом компании

дискуссия , примерные вопросы:

Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация жесткой и мягкой организации управления коммуникативным пространством.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Предмет и объект коммуникационного менеджмента.
2. Основные типы коммуникации.
3. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика

ка организации.

4. Место и роль коммуникационного менеджмента в развитии коллѣктива и личности.
5. Цели, задачи и функции коммуникационного менеджмента.
6. Основные этапы коммуникационного процесса в организации.
7. Обратная связь в коммуникации.
8. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникационной среды.
9. Коммуникативное пространство.
10. Организация управления коммуникативным пространством.
11. Коммуникативная структура организации.
12. Виды, формы и стили общения коммуникатора.
13. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникационном менеджменте.
14. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
15. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.
16. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации.
17. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникационном менеджменте.
18. Формальные и неформальные коммуникации.
19. Коммуникационный менеджмент и персонал организации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров.
20. Коммуникационный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.
21. Коммуникационный менеджмент и корпоративная культура.
22. Понятие и виды коммуникационных барьеров.
23. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловой коммуникации.
24. Социальные, психологические, этические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.
- 33
25. Национальный характер и его отражение в коммуникационном менеджменте.
26. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.
27. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом.
28. Коммуникационный менеджмент и взаимодействие с целевыми аудиториями: инвесторами, акционерами, потребителями, конкурентами.
29. Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации.
30. Коммуникационный менеджмент и персонал организации. Особенности коммуникационного менеджмента при повышении квалификации, увольнении сотрудников.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Система интерактивного опроса Turning point

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.68 "Менеджмент" и магистерской программе Корпоративное управление .

Автор(ы):

Палей Т.Ф. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Гурьянова Э.А. _____

"__" _____ 201__ г.