

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра маркетинга и рекламы

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль "Маркетинговые коммуникации и маркетинг"

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения (*очно-заочная, заочная*)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Название дисциплины Внутренние коммуникации
Рабочая программа дисциплины Внутренние коммуникации
Составитель:
кандидат социологических наук, доцент Л.А. Часовская
.....

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры маркетинга и рекламы
№ 10 от 27.05.2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины “Внутренние коммуникации” являются формирование у студентов понимания роли и месте внутренних коммуникаций в системе менеджмента организации.

Задачи дисциплины:

- изучение специфики внутренних коммуникаций;
- овладение знаниями в сфере маркетинга, применяемого для изучения внутренней среды организации;
- развитие навыков по формированию внутренних коммуникаций персонала;
- формирование каналов распространения информации внутри компании;
- формирование практических навыков и умений применения маркетинговых инструментов для повышения эффективности работы персонала;
- воспитание нравственных качеств сотрудников и соблюдения ими этических норм в соответствии с миссией и стратегией компании;
- выработка умений использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций в организации

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК 1-Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1 -Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	Знать: специфику каналов коммуникации в рамках имеющегося мирового и отечественного опыта; Уметь: создавать тексты рекламы Владеть: навыками авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
	ПК-1.2- Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать: сущность, содержание, цели, принципы и функции проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, Уметь: создавать информационные поводы для кампаний ,принимать творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта Владеть: специальной терминологией; принципами и методами управления креативной работы
ПК 3-Способен	ПК-3.3-Участвует в	Знать:

участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	- теоретические и методологические основы внутреннего маркетинга; Уметь: - выявлять и анализировать тенденции управления персоналом; - определять перспективные направления в области менеджмента и маркетинга; - использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в профессиональной деятельности; Владеть: - современными методами и инструментальными средствами в предметной сфере; - навыками организаторской работы, совершенствования и развития своего управленческого потенциала.
---	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Внутренние коммуникации» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины «Внутренние коммуникации» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Интегрированные коммуникации», «Стратегический маркетинг».

В результате освоения дисциплины «Внутренние коммуникации» формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик «Преддипломная практика».

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 24 ч., самостоятельная работа обучающихся 90 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная							
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация			
1.	КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ	В	8	2		2			30	устный опрос , доклад, реферт

2.	ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	8	2		2			30	устный опрос доклад, реферт
3.	РАЗНОВИДНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ	8	4		4			20	устный опрос защита проекта с презентацией
4.	КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ	8	4		4			20	устный опрос защита проекта с презентацией
	Зачёт с оценкой	-							тестирование
	итого:	114	12		12			90	

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 12 ч., самостоятельная работа обучающихся 102 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятель- ная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1.	КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ		1	2				30	устный опрос , доклад, реферт
2.	ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ		1	2				30	устный опрос доклад, реферт
3.	РАЗНОВИДНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ		1	2				20	устный опрос защита проекта с презентацией
4.	КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ		1	2				22	устный опрос защита проекта с презентацией
	Зачет с оценкой								тестирование
	итого:	114	4	8				102	

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Тема 1. КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	<p>Введение в дисциплину Роль и место внутренних коммуникаций в системе менеджмента. Системы обратной связи и их роль во внутренних коммуникациях. Актуальность внутренних коммуникаций для современных российских и международных компаний. Обзор методов исследований внутренних аудиторий. Оценка вовлеченности сотрудников. Планирование деятельности предприятия на основе маркетинга. Составные части маркетинговой стратегии: внешний маркетинг, внутренний маркетинг и маркетинг взаимоотношений.</p> <p>Понятие внутреннего маркетинга. Этапы становления внутреннего маркетинга. Научные школы внутреннего маркетинга. Концепция внутреннего маркетинга и ее ключевые элементы. Основные мотивы появления и развития внутреннего маркетинга. Цель и задачи внутреннего маркетинга. Структурные подразделения, обеспечивающие процесс внутреннего маркетинга. Типы организации внутреннего маркетинга.</p> <p>PR и HR – разграничение функционала.</p>
2.	Тема 2. ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	<p>Внутренняя среда организации Типы организационных структур – функциональные, дивизионные структуры, продуктовые, региональные структуры, структуры, ориентированные на покупателя, адаптивные структуры и пр. Бюрократия и демократия в организации. Стиль руководства и роль линейных руководителей и топ-менеджмента в успешных внутренних коммуникациях Анализ внутренней среды компании. Набор ключевых внутренних факторов организации и ключевых вопросов. Персонал, кадры. Организационный аспект и организация общего управления. Маркетинговый аспект. Организационная культура. Совместное рассмотрение результатов анализа потенциала организации и анализа конкурентов. Пример определения относительных преимуществ организации в конкуренции. Пример анализа внутренней среды организации. Сильные и слабые</p>

		<p>стороны организации. Определение стратегически значимых видов деятельности. Необходимость адаптации организационных структур для успешной реализации принятой стратегии. Стратегические преимущества и недостатки различных организационных структур управления: функциональной, региональной, децентрализованных хозяйственных подразделений, стратегических бизнес-групп, матричной. Механизмы, дополняющие формальные организационные структуры управления. Современные направления развития организационных структур. Изучение потребностей персонала как постоянный исследовательский процесс, охватывающий все этапы работы конкретного сотрудника..</p>
3.	<p>Тема 3. РАЗНОВИДНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ</p>	<p>Внутренние целевые аудитории. Мотивации. Системы обратной связи Внутреннее сегментирование сотрудников. Краткий обзор релевантных мотивационных теорий. Изменение восприятия важности соотношения карьеры и семейных ценностей на разных стадиях жизненного цикла. Специфика внутренних коммуникаций в международных и территориально распределенных компаниях Работа внутри мультинациональных компаний, влияние культурных различий на внутренние коммуникации в организации. Стили международных коммуникаций. Специфика работы с виртуальными командами. Особенности межкультурных коммуникаций.. Внутреннее позиционирование руководства компании на совершенствование и развитие деятельности персонала. Стимулирование персонала к постоянному саморазвитию и обучению. Оценка профессиональных качеств сотрудников и потенциальных сотрудников. Оценка других (не профессиональных) характеристик работника, соответствующих (или противоречащих) корпоративной культуре организации, ее миссии и позиционированию. Стимулирование профессионального и карьерного роста персонала внутри компании. Выявление современных форм и методов получения необходимых профессиональных умений и навыков.</p>

		<p>Формирование подробной информационной базы по каждому сотруднику. Выявление основных мотивов повышения производительности труда. Ключевые факторы успеха.</p>
4.	<p>Тема 4. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ</p>	<p>Корпоративные ценности и корпоративная культура. Модели корпоративных культур. Типы корпоративных ценностей, как формируются и формулируются корпоративные ценности. Зависимость внешнего имиджа компании как работодателя от внутренней атмосферы в компании. Каналы и инструменты внутренних коммуникаций. Природа и характер конкурентной среды внутри компании. Общая оценка соперничества структурных подразделений. Изучение лучших примеров эффективности работы персонала. Выявление специфики работы отдельных подразделений компании. Индикаторы эффективности деятельности. Анализ направлений деятельности отдельных подразделений и сотрудников. Повышение эффективности деятельности как результат синергии работы отдельных подразделений. Партнерство структурных подразделений. Налаживание информационного обмена между подразделениями. Корпоративные СМИ Многообразие инструментов внутренних коммуникаций в компании. Комплексность и выбор оптимальных каналов коммуникации. Выстраивание системы корпоративных СМИ в компании. Работа с контентом корпоративных СМИ. Специфика контента внутренних СМИ. Отличие от «традиционных СМИ». . Исследования внутренних корп. изданий. Оценка корп. видео. Оценка вклада сотрудников в заботу о клиентах. Роль корпоративной ответственности во внутренних коммуникациях Социальные программы, благотворительность, экологические проекты. Возрастающая роль волонтерства как объединяющего фактора внутри компании.</p>

4. Образовательные технологии

Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1. КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	Лекция 1. Практическое занятие 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов; применяются дистанционные технологии Развернутая беседа с обсуждением докладов Презентации креативных концепций. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии Научное сообщение (доклад или реферат). Работа в малых группах. Применяются дистанционные технологии Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии
2.	Тема 2. ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	Лекция 1. Практическое занятие 1. Самостоятельная работа	Лекция – визуализация с разбором кейсов. Презентации. Применяются дистанционные технологии Анализ стилей управления (на примере). Групповая дискуссия. Научное сообщение (доклад или реферат). Применяются дистанционные технологии Полевые исследования. Применяются дистанционные технологии Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии
3.	Тема 3. РАЗНОВИДНОСТИ	Лекция 1.	Проблемная лекция. Презентации креативных

	КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ	<p>Практическое занятие 1.</p> <p>Практическое занятие 2.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>концепций. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением докладов. Кабинетные исследования. Анализ стилей (на примере). Групповая дискуссия. Работа в малых группах. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением докладов. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Групповая дискуссия. Кабинетные исследования. Научное сообщение (доклад или реферат). Работа в малых группах. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</p>
4.	Тема 4. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ	<p>Лекция 1.</p> <p>Практическое занятие 1.</p> <p>Практическое занятие 2.</p>	<p>Лекция визуализация с разбором конкретных ситуаций. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Разработка брендбука (по выбору). Разработка элементов фирменного стиля. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Групповая дискуссия. Презентации креативных концепций. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</p> <p>Разработка брендбука (по выбору). Разработка</p>

		Самостоятельная работа	<p><i>элементов фирменного стиля. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Научное сообщение (доклад или реферат). Кабинетные исследования. Анализ элементов фирменных стилей (на примере). Групповая дискуссия. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i></p>
--	--	------------------------	--

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - контрольные опросы - доклад, реферат - проектная работа (темы № 2- 3-4)	5 баллов	20 баллов
	5 баллов	10 баллов
	10 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация тестирование		40 баллов
Итого за семестр зачёт с оценкой		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной,</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

1. Роль и место внутренних коммуникаций в системе менеджмента. Актуальность
2. внутренних коммуникаций для современных российских и международных
3. компаний.
4. Типы организационных структур – функциональные, дивизионные структуры,
5. продуктовые, региональные структуры, структуры, ориентированные на
6. покупателя, адаптивные структуры и пр.
7. Стиль руководства и роль линейных руководителей и топ-менеджмента в
8. успешных внутренних коммуникациях
9. Внутренние целевые аудитории
10. Основные мотивационные теории
11. Системы обратной связи, существующие в организации, и их роль во внутренних
12. коммуникациях
13. Модели корпоративных культур.
14. Виды корпоративных ценностей, как формируются и формулируются
15. корпоративные ценности.
16. Влияние культурных различий на внутренние коммуникации в организации.
17. Стили международных коммуникаций.
18. Специфика работы с виртуальными командами, управление международными
19. командами
20. Система инструментов внутренних коммуникаций в компании. Выбор
21. оптимальных каналов коммуникации.
22. Специфика контента внутренних СМИ. Отличие от «традиционных СМИ».
23. Визуальные и креативные решения, Storytelling.
24. Основы эффективных внутрикорпоративных мероприятий. сторителлинг и
25. геймификация, роль креативных решений и вовлечения.
26. Методы исследования внутренних аудиторий
27. Корпоративная ответственность и внутренние коммуникации
 1. Мотивация сотрудников на высокое качество обслуживания клиентов.
 2. Поиск и привлечение новых высококвалифицированных сотрудников.
 3. Постоянное повышение профессиональных умений и навыков персонала.
 4. Оптимизация процесса взаимодействия структурных подразделений компании для достижения единых (для компании) стратегических целей.
 5. Внутренняя координация деятельности фирмы
 6. Понятие внутренней среды.
 7. Сбор информации об удовлетворенности персонала рабочими условиями.
 8. Сбор информации о современных тенденциях в организации работы работников соответствующих профилей.
 9. Сбор информации о возможных направлениях поиска квалифицированных работников на рынке труда.
 10. Сбор информации о современных формах организации управления персоналом.
 11. Работа с персоналом компании по повышению качества обслуживания клиентов.

12. Работа с персоналом компании в направлении повышения взаимодействия сотрудников друг с другом по различным направлениям деятельности.
13. Работа с персоналом компании по повышению «командного духа» посредством организации различных совместных мероприятий и т.п.
14. Информирование сотрудников компании по донесению цели и задач компании и роли каждого сотрудника в их достижении.
15. Взаимосвязь внутреннего маркетинга и стратегии компании.
16. Взаимосвязь внутреннего маркетинга с оперативным и тактическим маркетинговым планированием в компании.
17. Взаимосвязь внутреннего маркетинга и миссии компании.
18. Внутренний маркетинг как важный элемент маркетинговой деятельности компании.
19. Разработка механизма ориентированности на удовлетворение потребностей клиентов.
20. Соответствие миссии и стратегии компании интересам персонала.
21. Позиционирование руководства компании по отношению к персоналу.
22. Учет потребностей и мнений персонала.
23. Помощь внутреннего маркетинга в организации управленческого механизма.
24. Формирование деловых и доверительных отношений между руководством и персоналом;
25. Формирование системы повышения квалификации персонала.
26. Формирование системы критериев для оценки эффективности работы персонала.
27. Формирование критериев оптимальной организационной структуры компании.
28. Формирование процесса планирования в компании.
29. Первый тип организации внутреннего маркетинга.
30. Второй тип организации внутреннего маркетинга.
31. Третий тип организации внутреннего маркетинга.
32. Четвертый тип организации внутреннего маркетинга.
33. Ключевые элементы внутреннего маркетинга.
34. Персонал, мотивированный на достижение общего результата и удовлетворенный собственным положением в организации.
35. Клиентоориентированный подход в работе организации в целом и всех ее структурных подразделений.
36. Использование маркетингового подхода в целом и конкретных маркетинговых инструментов к организационной структуре и деятельности компании.
37. Интеграция работы всех структурных подразделений компании.
38. Алгоритм действий службы маркетинга в соответствии с задачами внутреннего маркетинга.
39. Изучение потребностей сотрудников всех уровней.
40. Группировка и оценка потребностей персонала.
41. Градация сотрудников в зависимости от выявленных потребностей в помощь иерархической структуре.
42. Осуществление внутреннего позиционирования.
43. Формирование в сотрудниках внутренней потребности постоянного донесения ценностей компании до социума.
44. Продвижение информации о продуктах компании в общественное сознание.
45. Качественные критерии оценки результатов внутреннего маркетинга компании.
46. Количественные критерии оценки результатов внутреннего маркетинга компании.
47. Стратегические критерии оценки результатов внутреннего маркетинга компании

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (2 балл);
- теоретическое содержание освоено частично, но в достаточной мере (3 балла);
- теоретическое содержание освоено почти полностью, с незначительными недостатками (4 балла);
- теоретическое содержание освоено полностью (5 баллов).

Темы докладов и рефератов

1. Взаимосвязь управления персоналом и внутреннего маркетинга.
2. Формальное и неформальное лидерство.
3. Анализ внутренней среды организации.
4. Мониторинг рынка труда.
5. Направления совершенствования деятельности компании с помощью внутреннего маркетинга.
6. Основные задачи внутреннего маркетинга.
7. Типы организации внутреннего маркетинга.
8. Ключевые элементы внутреннего маркетинга.
9. Алгоритм действия по управлению персоналом с использованием маркетингового подхода.
10. Основные показатели, по которым оцениваются результаты внутреннего маркетинга.

Критерии оценки:

- уровень и качество использования рекомендованной литературы по выбранной теме (1 балл);
- правильность понимания и передачи позиции авторов реферируемых исследований (1 балл);
- грамотность и логичность изложения материала (1 балл);
- наличие аналитического рассуждения автора реферата и обоснования выводов (2 балла).

Тест по дисциплине

Критерии оценки теста:

При оценивании тестирования (выполнения тестовых заданий) учитывается:

- от 50 до 68% правильных ответов на тестовые задания – 20 баллов;
- от 69 до 88% правильных ответов на тестовые задания – 30 баллов;
- от 89 до 100% правильных ответов на тестовые задания – 40 баллов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы¹

Основная и дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"
2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"

¹ Рекомендуется включать в списки не более 15 печатных изданий.

3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"
4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"
5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"
6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

Дополнительная литература:

Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Кожемякин, Е. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Е.А. Кожемякин. — Москва : ИНФРА- М, 2021. — 189 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/993. - ISBN 978-5-16-006584-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222617> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс,

Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал, а также специализированное программное обеспечение для анализа данных.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимы:

- демонстрационные приборы для лекции-визуализации,
- мультимедийные средства для открытия кейсов, решения практических задач

Требования к аудиториям:

- для проведения практических занятий необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров необходимо наличие доски и специально оборудованные для показа слайдов и работы на персональных компьютерах.

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;

- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Вопросы для обсуждения:

1. Вопросы для обсуждения (повторение пройденного материала, доклад на 5 минут):
2. Дайте определение термина «коммуникация».
3. Приведите основную классификацию коммуникаций.
4. Расскажите о системе взаимосвязей открытой организации.
5. Приведите характеристики основных элементов системы открытой организации.
6. Понятие внутреннего маркетинга.
7. Этапы становления внутреннего маркетинга.
8. Научные школы внутреннего маркетинга.
9. Концепция внутреннего маркетинга и ее ключевые элементы.
10. Основные мотивы появления и развития внутреннего маркетинга.
11. Контрольные вопросы для блиц-опроса:
12. Внутренняя координация деятельности фирмы
13. Понятие внутренней среды
14. Задачи внутреннего маркетинга
15. Типы организации внутреннего маркетинга

Основная и дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"
2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"
3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"
4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"
5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"

6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

Дополнительная литература:

Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Кожемякин, Е. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Е.А. Кожемякин. — Москва : ИНФРА- М, 2021. — 189 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/993. - ISBN 978-5-16-006584-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222617> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Тема 2. ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Вопросы для обсуждения (доклады):

1. Что собой представляют особенности внутренних коммуникаций в организации?
2. Опишите модели коммуникативных сетей, обеспечивающих прохождение горизонтальных и вертикальных информационных потоков в организации.
3. Опишите психологическую структуру внутренних коммуникаций.
4. Каковы основные этапы коммуникационного процесса в организациях? Опишите схемы координации.
5. Анализ внутренней среды компании
6. Набор ключевых внутренних факторов организации.
7. Определение стратегически значимых видов деятельности.

Контрольные вопросы:

1. Делегирование полномочий
2. Ответственность за принятие решений
3. Сбор информации внутри компании
4. Корпоративная социальная ответственность
5. Интеграция подразделений для достижения общих целей
- 6.

В этой теме студенты готовят рефераты по теме специфики межкультурных коммуникаций внутри разных регионов России и стран СНГ.

Основная и дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"
2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"
3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"
4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"
5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"
6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

Дополнительная литература:

Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Кожемякин, Е. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Е.А. Кожемякин. — Москва : ИНФРА- М, 2021. — 189 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/993. - ISBN 978-5-16-006584-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222617> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Тема 3. РАЗНОВИДНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

Вопросы для обсуждения:

1. 1 Оценка профессиональных качеств сотрудников
2. Оценка других (не профессиональных) характеристик работника
3. Стимулирование профессионального и карьерного роста персонала
4. Внутреннее позиционирование руководства компании
5. 2.Назовите наиболее важные цели горизонтальных коммуникаций.
6. 3.Приведите основные характеристики эффективных и неэффективных межличностных коммуникаций в организации.
7. В чем заключается роль обратной связи в межличностных коммуникациях?

8. Каковы основные цели нисходящих коммуникаций?
9. Каковы основные цели восходящих коммуникаций?
10. Опишите методы повышения эффективности восходящих коммуникаций.
11. Какие современные коммуникационные технологии в организации вы знаете?.

Контрольные вопросы:

1. Формирование информационной базы сотрудников.
 2. Выявление основных мотивов повышения производительности труда.
 3. Формы и методы получения необходимых профессиональных умений и навыков.
- .В чем отличие вертикальных коммуникаций от горизонтальных?

В качестве практического задания студенты выполняют проводят постраничный тест корпоративных газет

Основная и дополнительная литература:

1. Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"
2. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"
3. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"
4. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"
5. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"
6. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

Дополнительная литература:

Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Кожемякин, Е. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Е.А. Кожемякин. — Москва : ИНФРА- М, 2021. — 189 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/993. - ISBN 978-5-16-006584-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222617> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее

образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Тема 4. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ

Вопросы для обсуждения:

1. Корпоративная культура компании
2. Природа и характер конкурентной среды внутри компании.
3. Изучение лучших примеров эффективности работы персонала
4. Выявление специфики работы отдельных подразделений компании
5. Индикаторы эффективности работы персонала
6. Можно ли рассматривать коммуникативный процесс как последовательно реализуемые этапы производства, мультипликации, распространения, приема, распознавания и использования информации?
7. В чем сходство и различия между понятиями «коммуникативный процесс» и «коммуникация как процесс»?
8. Какие способы передачи информации вы знаете?
9. Каковы требования к формируемым информационным материалам?
10. По каким каналам и звеньям коммуникативной цепи протекает информация?
11. Как обеспечивается процесс протекания информации по различным каналам коммуникации? Каковы преимущества и недостатки каналов коммуникации?
12. Какие виды обмена информацией используются в коммуникативных процессах?
13. Можно ли общение рассматривать как коммуникативный процесс?
14. По каким критериям можно оценивать эффективность коммуникативного процесса?
15. Какие виды аргументации используются в межличностных коммуникациях?

В рамках данной темы студенты выполняют работу в группах по разработке внутренней газеты.

Контрольные вопросы:

1. Анализ направлений деятельности отдельных подразделений и сотрудников.
2. Общая оценка соперничества структурных подразделений
3. Партнерство структурных подразделений
4. Налаживание информационного обмена между подразделениями.

Основная и дополнительная литература:

- Ахунжанова И.Н. Управление персоналом организации: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. ЭБС "znanium.com"
1. Жуков Б.М. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.: Дашков и К, 2018. - 440 с. ЭБС "znanium.com"
 2. Кузьмина Н.М. Менеджмент персонала корпорации: Монография/Кузьмина Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. ЭБС "znanium.com"
 3. Порфирьева А.В. Внутренний контроль: методология сквозного контроля автономных учреждений: Монография/Порфирьева А. В., Серебрякова Т. Ю. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 152 с.. ЭБС "znanium.com"

4. Резник С.Д. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с. ЭБС "znanium.com"
5. Синяева И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с. ЭБС "znanium.com"

Дополнительная литература:

Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Л.В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039458> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Кожемякин, Е. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Е.А. Кожемякин. — Москва : ИНФРА- М, 2021. — 189 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/993. - ISBN 978-5-16-006584-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222617> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 295 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/960043> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

Николаев, А. А. Социология управления : учебник / А.А. Николаев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 317 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —DOI 10.12737/24413. - ISBN 978-5-16-012031-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210515> (дата обращения: 01.01.2021). – Режим доступа: по подписке.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «*Внутренние коммуникации*» является вариативной частью блока дисциплин учебного плана. Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой маркетинга и рекламы.

Цель освоения дисциплины “Внутренние коммуникации” - формирование у студентов понимания роли и месте внутренних коммуникаций в системе менеджмента организации.

Задачи дисциплины:

- изучение специфики внутренних коммуникаций;
- овладение знаниями в сфере маркетинга, применяемого для изучения внутренней среды организации;
- развитие навыков по формированию внутренних коммуникаций персонала;
- формирование каналов распространения информации внутри компании;
- формирование практических навыков и умений применения маркетинговых инструментов для повышения эффективности работы персонала;
- воспитание нравственных качеств сотрудников и соблюдения ими этических норм в соответствии с миссией и стратегией компании;
- выработка умений использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций в организации

ПК 1-Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.1 -Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;

ПК-1.2- Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

ПК 3-Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3.3-Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

Знать:

теоретические и методологические основы внутреннего маркетинга; сущность, содержание, цели, принципы и функции проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; специфику каналов коммуникации в рамках имеющегося мирового и отечественного опыта;

Уметь: выявлять и анализировать тенденции управления персоналом; создавать тексты рекламы; определять перспективные направления в области менеджмента и маркетинга; использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в профессиональной деятельности; создавать информационные поводы для кампаний ,принимать творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Владеть:

специальной терминологией; принципами и методами управления креативной работы: современными методами и инструментальными средствами в предметной сфере; навыками организаторской работы, совершенствования и развития своего управленческого потенциала.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, докладов, практических работ, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.