

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол №10 от «19» мая 2017 г.

И.о.Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета /института

 /Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**


Дисциплина Внутрифирменный PR  
вариативная

Направление подготовки (специальность)  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки  
Коммуникационный менеджмент

Квалификация  
бакалавр

Разработчик (составитель)  
доцент, к.филос.н.  
(должность, ученая степень, ученое звание)

 / Гарипова Г.Р. \_\_\_\_\_  
(подпись, Фамилия И.О.)

Для приема: 2017 г.

Уфа 2017г.

Составитель: к.филос.н., доцент Гарипова Галия Ризвановна.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол от «19» мая 2017 г. № 10

И.о.Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 11 от «18» июня 2018 г.:

«Обновлен список основной и дополнительной литературы; обновлен перечень программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины».

И.о.Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,

протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,

протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	9
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	9
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	10
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	10
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	23
4.3. <i>Рейтинг-план дисциплины</i>	24
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	34
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	34
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	35
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	35

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Психологических закономерностей, основ групповой динамики, приемов эффективного взаимодействия. Знание принципов функционирования профессионального коллектива, понимание роли корпоративных норм и стандартов; социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)	
	об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности.	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок,	

		оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)	
	Основных принципов менеджмента, управления персоналом фирмы и организации; представлений о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; принципов построения организационных структур и распределения функций управления; форм участия персонала в управлении	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)	
	Принципов эффективного управления персоналом. Представлений об основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов.	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)	
	Основы коммуникационного менеджмента; систематические представления об основных аспектах теории построения эффективных коммуникаций и коммуникационной инфраструктуры в рамках коммуникационного менеджмента.	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	
Умения	Применять приемы эффективного общения. Работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности; работая в коллективе, учитывать социальные, этнические,	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные	

	<p>конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия.</p>	<p>различия (ОК-6)</p>	
	<p>уметь планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок</p>	<p>способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)</p>	
	<p>Оперативно реагировать на изменения в деятельности фирмы, организации иметь способности в применении основ рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знать и применять принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)</p>	

	Приемы менеджмента при построении организационных структур и распределении функций управления.		
	Выстраивать гармоничные отношения в коллективе. Укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. Обеспечить систему внутренней и внешней коммуникации для построения эффективной системы обеспечения работы малого коллектива.	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)	
	Проводить аудит коммуникаций в организации, подготовить рекомендации по улучшению коммуникационной инфраструктуры организации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью; оценивать с помощью научных методов эффективность коммуникаций в организации, готовить на основе исследований рекомендации для укрепления отношений между участниками коммуникационного процесса.	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	
Владения (навыки / опыт деятельности)	Навыками эффективной коммуникации; приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности в процессе работы в коллективе этическими нормами, касающимися социальных,	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)	

	<p>этнических, конфессиональных и культурных различий; способами и приемами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности</p>		
	<p>Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью,</p>	<p>способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)</p>	
	<p>навыками организации и планирования деятельности фирмы и организации. навыками разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как</p>	<p>владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)</p>	



	планирование, и применять их на практике.		
	Выстраивать гармоничные отношения в коллективе. Методами социальных, гуманитарных и экономических наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественностью, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональной деятельности.	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)	
	методами формирования коммуникационной структуры организации, способен оценивать наиболее важные атрибуты в управлении коммуникациями во внутренней и внешней среде организации, учитывать роль корпоративной культуры в управлении профессиональной деятельностью.	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «*Внутрифирменный PR*» относится к *вариативной* части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Целью дисциплины является приобретение теоретических и практических знаний и навыков в области современного PR. Приобретение навыков построения эффективных каналов коммуникации во внутренней среде предприятия с помощью PR технологий, таких как формирование корпоративной культуры, работа над управлением организационными каналами коммуникации, создание внутреннего имиджа как вещественного, так и нематериального и т.д.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Политология», «Социология», «Философия», «Введение в СО». Также необходимо изучать предмет во взаимосвязи со следующими дисциплинами, которые изучают отдельные направления рекламы и связей с общественностью – «Основы теории коммуникации», «Имиджелогия», «Политический PR». Изучение дисциплины «*Внутрифирменный PR*» невозможно без прохождения производственных практик согласно учебному плану на 1, 2 курсах.

## 2. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

### 3. Фонд оценочных средств по дисциплине

#### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: **ОК-6** - Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: Психологические закономерности, основы групповой динамики, приемы эффективного взаимодействия. Знание принципов функционирования профессионального коллектива, понимание роли корпоративных норм и стандартов; социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей представителей тех или иных социальных общностей.	1. Не сформированы знания о психологических закономерностях, основах групповой динамики, приемах эффективного взаимодействия в коллективе.	1. Сформированы фрагментарные знания и представления о принципах функционирования профессионального коллектива.	1. Сформированы, но содержатся отдельные пробелы знания в области основ групповой динамики, приемов эффективного взаимодействия. Знание принципов функционирования профессионального коллектива	Сформированы комплексные и систематические представления о психологических закономерностях, основах групповой динамики, приемах эффективного взаимодействия.
		2. Нет знания принципов функционирования профессионального коллектива, особенностях взаимодействия различных групп.	2. Фрагментарные сведения о роли корпоративных норм и стандартов; социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей различных	2. Есть понимание роли корпоративных норм и стандартов; социальных, этнических, конфессиональных и культурных	2. Имеет всесторонние знания о специфике функционирования профессионального

			социальных групп.	особенностей групп, но не в достаточной степени.	коллектива, понимание ролей корпоративных норм и стандартов.
		3. Не владеет знаниями о методах и инструментах коммуникационного взаимодействия в коллективе.	3. Фрагментарное понимание методов и инструментах коммуникационного менеджмента, в частности, приемов эффективного взаимодействия в коллективе.	3. Сформировано понимание методов и инструментов коммуникационного менеджмента, понимание ролей коммуникаций и эффективно взаимодействие в коллективе. Недостаточно полные сведения о ролях корпоративных норм и стандартов.	3. Полностью сформировано понимание методов и инструментах коммуникационного взаимодействия в рамках управления группами в коллективе. Понимание ролей корпоративных норм и стандартов.
Второй этап (уровень)	Уметь: Применять приемы эффективного общения. Работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности;	Не сформированы умения применять приемы эффективного общения; работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности;	Сформированы умения применять приемы эффективного общения; не умеет работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении применять приемы эффективного общения; работать в коллективе, эффективно	Сформированы на высоком уровне умения реализовывать применять приемы эффективного общения;

<p>работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия.</p>	<p>ьной деятельности</p>		<p>выполнять задачи профессиональной деятельности</p>	<p>работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности</p>
	<p>2. не умеет, работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей.</p>	<p>2. Умеет применять приемы эффективного общения в коллективе, но не понимает роли в коммуникации социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей представителей различных социальных общностей.</p>	<p>2. Умеет применять с определенными недочетами приемы эффективного общения в коллективе, понимает роль в коммуникации социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей представителей различных социальных общностей.</p>	<p>2. Умеет применять с определенными недочетами приемы эффективного общения в коллективе, понимает роль в коммуникации социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей представителей различных социальных общностей.</p>
	<p>3. Не умеет выполнять задачи</p>	<p>3. Не умеет применять инструменты</p>	<p>3. Умеет применять, но не в</p>	<p>4. Знает и умеет отлично</p>

		<p>профессиональной деятельности; работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности</p>	<p>эффективного общения в коллективе, но не умеет учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности</p>	<p>полной мере инструменты эффективно общения в коллективе, понимает роль социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей</p>	<p>применять инструменты эффективного общения в коллективе, понимает роль социальных, этнических, конфессиональных, культурных особенностей.</p>
Третий этап (уровень)	<p>Владеть: Навыками эффективной коммуникации; приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющим и различные профессиональные задачи и обязанности в процессе работы в коллективе этическими нормами, касающимися социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; способами и приемами предотвращения возможных</p>	<p>1.Отсутствуют навыки эффективной коммуникации; не владеет приемами взаимодействия с Сотрудниками.</p>	<p>1.Сформированы простейшие навыки эффективной коммуникации; знаком с приемами взаимодействия с Сотрудниками.</p>	<p>1.Сформированы на базовом уровне навыки эффективной коммуникации; владеет приемами взаимодействия с сотрудниками</p>	<p>1.Сформированы на высоком уровне навыки эффективной коммуникации; владеет на высоком уровне приемами взаимодействия с сотрудниками</p>
		<p>2. Не владеет инструментами взаимодействия с выполняющими различные профессиональные задачи и</p>	<p>2. Не владеет инструментами взаимодействия с выполняющими различные профессиональные задачи и</p>	<p>1. Сформированы, но не полностью навыки взаимодействия с выполняющими</p>	<p>2.Отлично владеет навыками взаимодействия с выполняющими различные</p>

	конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности	обязанности сотрудниками в процессе работы в коллективе, не применяет этические нормы, касающиеся социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.	сотрудниками в процессе работы в коллективе, имеет нечеткое представление о нормах, касающихся социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.	различные профессиональные задачи и обязанности сотрудника в процессе работы в коллективе, применяет на практике знание о нормах, касающихся социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.	профессиональные задачи и обязанности сотрудника в процессе работы в коллективе, применяет на практике знание о нормах, касающихся социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.
		3. Не способен применять способы и приемы предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности	3. Умеет различать, но не предотвращать возможные конфликтные ситуации в профессиональной деятельности	3. Умеет предотвращать возможные конфликтные ситуации в процессе профессиональной деятельности	3. Знает и владеет приемами и прогнозирования конфликтных ситуаций, умеет их предотвращать.

Код и формулировка компетенции: **ПК-1** - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Этап (уровень) освоения	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворит	3 («Удовлетворите	4 («Хорошо»)	5 («Отлич

компетенции	(показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	ельно»)	льно»)		но»)
Первый этап (уровень)	<p><b>Знать:</b> об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности.</p>	<p>Не сформированы знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности.</p>	<p>Сформированы фрагментарные знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности.</p>	<p>Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях об управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью фирмы и организации. базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности.</p>	<p>Сформированы комплексные и систематические знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы.</p>
Второй этап (уровень)	<p><b>Уметь:</b> уметь планировать и проводить</p>	<p>Не сформированы умения</p>	<p>Сформированы начальные умения</p>	<p>Сформированы, но содержатся</p>	<p>Сформированы на высоком</p>

	рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	отдельные пробелы в умениях планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	уровне умения планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации.
Третий этап (уровень)	<b>Владеть:</b> Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб	Отсутствуют навыки принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по	Сформированы простейшие навыки принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб	Сформированы на базовом уровне навыки принимать участие в управлении и организации	Сформированы на высоком уровне навыки принимать участие в управлении и



	<p>служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>	<p>связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,</p>	<p>по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,</p>	<p>и работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативно планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,</p>	<p>организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью.</p>
--	--	---	--	--	---

Код и формулировка компетенции: **ПК – 2** - владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации

Этап (уровень) освоения компетенции и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	<b>Знать:</b> представления о видах, средствах, формах и методах	Не сформированы знания о видах, средствах, формах и	Сформированы фрагментарные знания о видах, средствах, формах и методах	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях о	Сформированы комплексные и систематические

	коммуникаций в рыночной среде; основные принципы, функции и приемы менеджмента; принципы построения организационных структур и распределения функций управления; формы участия персонала в управлении	методах коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента; принципах построения организационных структур и распределения функций управления; формах участия персонала в управлении	коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента; принципах построения организационных структур и распределения функций управления; формах участия персонала в управлении	видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента; принципах построения организационных структур и распределения функций управления; формах участия персонала в управлении	знания о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде; основных принципах, функциях и приемах менеджмента.
Второй этап (уровень)	<b>Уметь:</b> иметь способности в применении основ рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знать и применять принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Не сформированы умения применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации.	Сформированы начальные умения применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знает и применяет принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации. Знает и применяет принципы организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.	Сформированы на высоком уровне умения применять основы рекламы и связей с общественностью в деятельности организации.

Третий этап (уровень)	<p><b>Владеть:</b> навыками разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике. анализа</p>	Отсутствуют навыки разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ;	Сформированы простейшие навыки разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике. анализа	Сформированы на базовом уровне навыки разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике. анализа	Сформированы на высоком уровне навыки разработки концепций, планов, графиков рекламных и коммуникационных программ; Владеет управленческими функциями как планирование, и применять их на практике.
-----------------------	---	--	--	---	---

Код и формулировка компетенции: **ПК – 3** - владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	<b>Знать:</b> представления об основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами	Не сформированы знания об основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми	Сформированы фрагментарные знания в области основных аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях в области основных аспектах теории	Сформированы комплексные и систематические знания в области основных

	и основы организации работы творческих коллективов. Учитывать последствия управленческих решений по активизации эффективности и работы специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.	коллективами и основы организации работы творческих коллективов. Не учитывает последствия управленческих решений по активизации эффективности и работы специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.	основы организации работы творческих коллективов. Учитывает последствия управленческих решений по активизации эффективности работы специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.	менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов. Учитывает последствия управленческих решений по активизации эффективности работы специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.	х аспектах теории менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов. Учитывает последствия управленческих решений по активизации эффективности работы.
Второй этап (уровень)	<b>Уметь:</b> укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	Не сформированы умения укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	Сформированы начальные умения укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры	Сформированы на высоком уровне умения укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуни

				организаци и.	кационн ой инфрастр уктуры.
Третий этап (уровень)	<b>Владеть:</b> методами социальных, гуманитарных и экономически х наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественност ью, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональ ной деятельности.	Отсутствуют навыки владения методами социальных, гуманитарных и экономически х наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественнос тью, не способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональ ной деятельности.	Сформированы простейшие навыки владения методами социальных, гуманитарных и экономических наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественность ю, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемых работников в ведении ими профессиональн ой деятельности.	Сформиров аны на базовом уровне навыки владения методами социальных , гуманитарн ых и экономичес ких наук в области управления малыми коллектива ми в сфере рекламы и связей с общественн остью, способен оценивать наиболее важные критерии для управляемы х работников в ведении ими профессион альной деятельност и.	Сформир ованы на высоком уровне навыки владения методам и социальн ых, гуманита рных и экономи ческих наук в области управлен ия малыми коллекти вами в сфере рекламы и связей с обществе нностью, способен оцениват ь наиболее важные критерии для управляе мых работник ов

Код и формулировка компетенции: **ПК-6** - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Этап (уровень) освоения компетенци и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворит ельно»)	3 («Удовлетворите льно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)

	уровня освоения компетенций)				
Первый этап (уровень)	<b>Знать:</b> Основы коммуникационного менеджмента; систематическое представление об основных аспектах теории построения эффективных коммуникаций и коммуникационной инфраструктуры в рамках коммуникационного менеджмента.	Не сформированы знания об основах коммуникационного менеджмента; об основных аспектах теории построения эффективных коммуникаций.	Сформированы фрагментарные знания в области об основах коммуникационного менеджмента; об основных аспектах теории построения эффективных коммуникаций.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях в области об основах коммуникационного менеджмента; об основных аспектах теории построения эффективных коммуникаций.	Сформированы комплексные и систематические знания об основах коммуникационного менеджмента; об основных аспектах теории построения эффективных коммуникаций.
Второй этап (уровень)	<b>Уметь:</b> Проводить аудит коммуникаций в организации, подготовить рекомендации по улучшению коммуникационной инфраструктуры организации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью; оценивать с помощью научных методов	Не сформированы умения проводить аудит коммуникаций в организации, подготовить рекомендации по улучшению коммуникационной инфраструктуры организации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью	Сформированы начальные умения проводить аудит коммуникаций в организации, подготовить рекомендации по улучшению коммуникационной инфраструктуры организации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с общественностью.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях проводить аудит коммуникаций в организации, подготовить рекомендации по улучшению коммуникационной инфраструктуры организации, формировать	Сформированы на высоком уровне умения проводить аудит коммуникаций в организации, подготовить рекомендации по улучшению коммуникационной инфраструктуры организации, формиро

	<p>эффективность коммуникаций в организации, готовить на основе исследований рекомендации для укрепления отношений между участниками коммуникационного процесса.</p>	<p>тью.</p>		<p>корпоративную культуру организации и методами рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>вать корпоративную культуру организации методами и рекламы и связей с общественностью.</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p><b>Владеть:</b> методами формирования коммуникационной структуры организации, способен оценивать наиболее важные атрибуты в управлении коммуникациями во внутренней и внешней среде организации, учитывать роль корпоративной культуры в управлении профессиональной деятельностью.</p>	<p>Отсутствуют навыки владения методами формирования коммуникационной структуры организации, способен оценивать наиболее важные атрибуты в управлении коммуникациями во внутренней и внешней среде организации.</p>	<p>Сформированы простейшие навыки владения методами формирования коммуникационной структуры организации, способен оценивать наиболее важные атрибуты в управлении коммуникациями и во внутренней и внешней среде организации.</p>	<p>Сформированы на базовом уровне навыки владения методами формирования коммуникационной структуры организации, способен оценивать наиболее важные атрибуты в управлении коммуникациями во внутренней и внешней среде организации.</p>	<p>Сформированы на высоком уровне навыки владения методами формирования коммуникационной структуры организации, способен оценивать наиболее важные атрибуты в управлении коммуникациями во внутренней и внешней среде организации.</p>

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

Для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.** Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знание основных аспектов коммуникационного менеджмента в части управления малыми коллективами и основы организации работы творческих коллективов. 2. Понимание последствий управленческих решений по активизации эффективности работы менеджера по коммуникациям 3. Основы коммуникационного менеджмента; систематические представления об основных аспектах теории построения эффективных коммуникаций.	ОК 6, ПК-1, ПК 2	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2-й этап Умения	1. Умение укреплять отношения между членами творческого коллектива, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. 2. Проводить аудит коммуникаций в	ПК-1, ПК 2, ПК 3, ПК-6	Выступление по вопросам к семинарским занятиям, контрольная работа



	организации, подготовить рекомендации по улучшению коммуникационной инфраструктуры организации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с Общественностью.		
3-й этап  Владеть навыками	1. Владение методами социальных, гуманитарных и экономических наук в области управления малыми коллективами в сфере рекламы и связей с общественностью. 2. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. 3. методами формирования коммуникационной структуры организации, учитывать роль корпоративной культуры в управлении профессиональной деятельностью.	ПК 3, ПК-6	Выступление по вопросам к семинарским занятиям, Тестирование

***а. Рейтинг-план дисциплины***

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

**Методика оценивания для экзамена по дисциплине:**

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при дополнительных вопросах, использует в ответе материал используемой рекомендуемой литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос,

правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на дополнительные вопросы.

#### **Примерные вопросы для экзамена:**

1. Определение внутрифирменного PR.
2. Система коммуникаций в компании. Внутренние коммуникации, виды, направления, особенности.
3. Вертикальные, горизонтальные, формальные и неформальные коммуникации.
4. Виды коммуникационных сетей в организации.
5. Концептуальные основы менеджмента коммуникаций во внутренней среде организации.
6. Помехи и барьеры в корпоративных коммуникациях. Совершенствование систем обратной связи.
7. Внутреннее воздействие на поведение персонала фирмы. Формы и методы работы с персоналом фирмы.
8. Понятие организации. Методы управления организацией. Целевая аудитория.
9. Функции менеджера по коммуникациям в организации.
10. Средства внутрифирменных коммуникаций.
11. Задачи коммуникаций во внутренней среде организации.
12. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности».
13. Внутренние средства массовой коммуникации. Собрания, совещания – принципы проведения коллективных мероприятий.
14. Персональные формы взаимодействия органов управления и персонала организации.
15. Неформальные каналы коммуникации.
16. Корпоративное обучение.
17. Оценка персонала.
18. Корпоративный PR понятие, виды, структура.
19. Взаимодействие отделов PR и маркетинга. Уровни позиционирования PR объекта.
20. Оценка эффективности PR-деятельности организации. Виды методов оценки PR. Медиааудит. Репутационный анализ и аудит. Конкурентный анализ. Исследование целевых аудиторий. Анализ рынков.
21. Внутренние СМИ. Корпоративная газета. Корпоративные телевидение и радио. Сайт компании. Доска объявлений.
22. Мероприятия для сотрудников.
23. Слухи в компании. Инструменты использования слухов во внутрифирменном PR.
24. Firmenный стиль компании.
25. Корпоративный кодекс и его роль в укреплении внутренних коммуникаций.
26. Внутренняя общественность. Способы взаимодействия с персоналом, правила внутреннего поведения. Распорядок дня. Кодекс поведения и пр.
27. Мотивация персонала нематериальными активами.
28. Формирование корпоративной культуры как способ объединения персонала.
29. Коммуникационная политика компании.
30. Задачи PR деятельности в компании
31. Понятие и виды корпоративной культуры.
32. Классификация корпоративной культуры Камерона-Куинна.

33. Классификация корпоративной культуры Т.Базарова.
34. Зарубежный и российский опыт формирования корпоративной культуры.
35. Японская корпоративная культура. «Кружки качества» как ядро корпорации.
36. Профессиональная адаптация персонала.
37. Источники формирования корпоративной культуры. Ценности компании. Характер организационной деятельности компании и ее влияние на культуру.
38. Организационная идеология. Корпоративная концепция. Миссия. Видение организации.
39. Значение корпоративного Духа компании в процессе формирования корпоративной культуры.
40. Акции и внутрикорпоративные события, нацеленные на внутреннюю аудиторию организации.
41. Цели корпоративных мероприятий.
42. Роль коммуникации в управлении. Место и роль управления персоналом в системе управления организацией.
43. Процессы управления персоналом. Участие руководства в процессе управления персоналом.
44. Коммуникационный менеджмент в организации.
45. Изменения в компании и роль коммуникаций в разрешении возможных конфликтов.
46. Управление персоналом в компании (HR менеджмент)
47. Подбор персонала (рекрутмент).
48. Оценка и обучение как система развития персонала. Методы оценки персонала. Развитие персонала. Обучение.
49. Мотивация и эффективное руководство персоналом компании. Природа мотивации персонала. Материальное стимулирование и разработка системы мотивации.
50. Коучинг.
51. Формирование команды и корпоративной культуры, методы. Управление конфликтами. Командообразование.
52. Понятие внутрифирменного маркетинга.
53. Формирование культуры обслуживания клиентов. Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами.
54. Методы исследования систем управления организации. Эмпирические и теоретические методы исследования систем управления организацией. Эксперимент. Измерение. Сравнение. Описание.
55. Научные подходы в исследовании организации.

Структура экзаменационного билета:

---

Образец экзаменационного билета:

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Башкирский государственный университет»

Факультет философии и социологии

Кафедра Этики, культурологии и связей с общественностью

## ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №3

по дисциплине Внутрифирменный PR

Направление - 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль - коммуникационный менеджмент

1. Вертикальные, горизонтальные, формальные и неформальные коммуникации.
2. Firmenный стиль компании.
3. Акции и внутрикорпоративные события, нацеленные на внутреннюю аудиторию организации.

Утверждено на заседании кафедры протокол №\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ г.

И.о. Заведующего кафедрой \_\_\_\_\_ Иткулова Л.А.

---

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене :

### Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

## Вопросы для семинаров

### **МОДУЛЬ 1. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПОТОКАМИ ВНУТРИ ФИРМЫ**

#### Тема 1. Внутрифирменный PR

Определение внутрифирменного PR. Система коммуникаций в компании. Внутренние коммуникации, виды, направления, особенности. Вертикальные, горизонтальные, формальные и неформальные коммуникации. Виды коммуникационных сетей в организации. Концептуальные основы менеджмента коммуникаций во внутренней среде организации. Помехи и барьеры в корпоративных коммуникациях. Совершенствование систем обратной связи.

#### Тема 2. Информационно-психологические каналы связей с персоналом

Внутреннее воздействие на поведение персонала фирмы. Формы и методы работы с персоналом фирмы.

Понятие организации. Методы управления организацией. Целевая аудитория. Функции менеджера по коммуникациям в организации. Средства внутрифирменных коммуникаций. Задачи коммуникаций во внутренней среде организации. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности».

#### Тема 3. Традиционные средства коммуникации в организации.

Внутренние средства массовой коммуникации. Собрания, совещания – принципы проведения коллективных мероприятий. Персональные формы взаимодействия органов управления и персонала организации.

Неформальные каналы коммуникации.

Корпоративное обучение.

Оценка персонала.

#### Тема 4. Направления PR деятельности в организации, их оценка

Корпоративный PR понятие, виды, структура.

Взаимодействие отделов PR и маркетинга. Уровни позиционирования PR объекта.

Оценка эффективности PR-деятельности организации. Виды методов оценки PR.

Медиааудит. Репутационный анализ и аудит. Конкурентный анализ. Исследование целевых аудиторий. Анализ рынков.

#### Тема 5. Инструменты внутреннего PR

Внутренние СМИ. Корпоративная газета. Корпоративное телевидение и радио. Сайт компании. Доска объявлений. Мероприятия для сотрудников.

Слухи в компании. Инструменты использования слухов во внутрифирменном PR.

Доска почета.

Фирменный стиль компании.

Корпоративный кодекс и его роль в укреплении внутренних коммуникаций.

#### Тема 6. Связи с общественностью внутри фирмы.

Внутренняя общественность. Способы взаимодействия с персоналом, правила внутреннего поведения. Распорядок дня. Кодекс поведения и пр.

Мотивация персонала нематериальными активами.

Формирование корпоративной культуры как способ объединения персонала.

Коммуникационная политика компании.

Задачи PR деятельности в компании

#### Тема 7. Основные типы и элементы корпоративной культуры

Понятие и виды корпоративной культуры.  
Классификация корпоративной культуры Камерона-Куинна.  
Классификация корпоративной культуры Т.Базарова.  
Зарубежный и российский опыт формирования корпоративной культуры.  
Японская корпоративная культура. «Кружки качества» как ядро корпорации.

Тема 8. Методика формирования корпоративной культуры организации.  
Профессиональная адаптация персонала.  
Источники формирования корпоративной культуры. Ценности компании. Характер организационной деятельности компании и ее влияние на культуру.  
Организационная идеология. Корпоративная концепция. Миссия. Видение организации.

Тема 9. Корпоративный Дух компании.  
Значение корпоративного Духа компании в процессе формирования корпоративной культуры. Японская система формирования корпоративного Духа. Факторы формирования корпоративного Духа компании: адаптация, иерархические ценности, постоянная ротация персонала, межличностные коммуникации, этнопсихологический колорит фирмы.

## **МОДУЛЬ 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ВНУТРИФИРМЕННОГО PR**

Тема 10. Корпоративные PR мероприятия.  
Акции и внутрикорпоративные события, нацеленные на внутреннюю аудиторию организации. Цели корпоративных мероприятий. День рождения компании. Программы семейных праздников. «Горячая линия» для персонала. Празднование годовщин, юбилеев, круглых дат. Годовое собрание акционеров, правила проведения. День открытых дверей. Торжественный прием. День родителей.

Тема 11. Основные задачи управления коммуникационными процессами.  
Роль коммуникации в управлении. Место и роль управления персоналом в системе управления организацией. Процессы управления персоналом. Участие руководства в процессе управления персоналом. Коммуникационный менеджмент в организации. Изменения в компании и роль коммуникаций в разрешении возможных конфликтов.

Тема 12. Управление персоналом в компании (HR менеджмент)  
Подбор персонала (рекрутмент).  
Оценка и обучение как система развития персонала. Методы оценки персонала. Развитие персонала. Обучение.  
Мотивация и эффективное руководство персоналом компании. Природа мотивации персонала. Материальное стимулирование и разработка системы мотивации. Коучинг.  
Формирование команды и корпоративной культуры, методы. Управление конфликтами.  
Командообразование.

Тема 13. Внутрифирменный маркетинг.  
Понятие внутрифирменного маркетинга.  
Формирование культуры обслуживания клиентов. Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами. Доведение маркетинговой информации до сотрудников. Система поощрений и признания заслуг сотрудников компании.

Тема 14. Эффективные методы организации внутрифирменных исследований.  
Методы исследования систем управления организацией. Эмпирические и теоретические методы исследования систем управления организацией. Эксперимент. Измерение.

Сравнение. Описание. Научные подходы в исследовании организации. Основные концептуальные подходы.

Системный подход. Ситуационная теория. Школа маркетинга.

Организация исследований систем управления. Алгоритм исследования управления организацией. Технология процесса исследования. Определение объекта исследования управления организации.

Формы анализа управления организации. Структурный анализ. Функциональный анализ.

Информационный анализ. Параметрический анализ. Комплексный подход. Интеграционный подход. Ситуационный подход. Маркетинговый подход. Инновационный подход.

Нормативный подход.

Классификация методов исследования управления организации. Метод мозговой атаки.

Метод синектики. Метод сценариев. Метод экспертных оценок. Метод суда. Метод Дельфи.

Метод деловой игры.

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты исторических процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач, тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует привитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- 5 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 4 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 2 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

#### **Примерная тематика контрольных работ:**

1. Определение внутрифирменного PR.
2. Система коммуникаций в компании. Внутренние коммуникации, виды, направления, особенности.
3. Вертикальные, горизонтальные, формальные и неформальные коммуникации.
4. Виды коммуникационных сетей в организации.
5. Концептуальные основы менеджмента коммуникаций во внутренней среде организации.
6. Помехи и барьеры в корпоративных коммуникациях. Совершенствование систем обратной связи.
7. Внутреннее воздействие на поведение персонала фирмы. Формы и методы работы с персоналом фирмы.
8. Понятие организации. Методы управления организацией. Целевая аудитория.
9. Функции менеджера по коммуникациям в организации.
10. Средства внутрифирменных коммуникаций.
11. Задачи коммуникаций во внутренней среде организации.
12. Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности».
13. Внутренние средства массовой коммуникации. Собрания, совещания – принципы проведения коллективных мероприятий.
14. Персональные формы взаимодействия органов управления и персонала организации.
15. Неформальные каналы коммуникации.
16. Корпоративное обучение.
17. Оценка персонала.
18. Корпоративный PR понятие, виды, структура.
19. Взаимодействие отделов PR и маркетинга. Уровни позиционирования PR объекта.
20. Оценка эффективности PR-деятельности организации. Виды методов оценки PR. Медиааудит. Репутационный анализ и аудит. Конкурентный анализ. Исследование целевых аудиторий. Анализ рынков.
21. Внутренние СМИ. Корпоративная газета. Корпоративные телевидение и радио. Сайт компании. Доска объявлений.
22. Мероприятия для сотрудников.
23. Слухи в компании. Инструменты использования слухов во внутрифирменном PR.
24. Фирменный стиль компании.
25. Корпоративный кодекс и его роль в укреплении внутренних коммуникаций.

### **Описание шкалы оценивания:**

Оценка «**отлично**» (8-10 баллов) ставится за самостоятельно написанный материал по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; сформированность компетенций: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6), способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1), владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2), владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3), способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Оценка «**хорошо**» ставится, если: ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично» - (5-7 баллов), но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание реферата; допущены один – два недочета



при освещении основного содержания темы, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя. В реферате может быть недостаточно полно развернута аргументация.

Оценка «удовлетворительно» (3-4 балла) ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после замечаний преподавателя; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» (0-2 балла) ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких замечаний преподавателя; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов; недостаточно сформированы навыки письменной речи; не сформированы умения и компетенции; реферат является плагиатом других рефератов более чем на 90%.

### ***Примерные тесты по дисциплине:***

1. Эффективность внутрикорпоративных мероприятий заключается в том, что они помогают наладить официальное и неофициальное общение:
  - 1) внутри коллектива
  - 2) между персоналом компании и потребителями
  - 3) между компанией и средствами массовой информации
  - 4) между персоналом компании и органами государственной власти
2. Цель использования внутрифирменных средств массовой информации заключается в повышении информированности:
  - 1) потребителей о выведении на рынок новых товарных предложений
  - 2) персонала о событиях, происходящих в компании, или о темах, волнующих сотрудников
  - 3) потребителей об изменениях в организационной структуре предприятия
  - 4) руководителя о мнении сотрудников о фирме.
3. Главное преимущество доски объявлений состоит в возможности оперативного:
  - 1) сбыта продукции
  - 2) освоения новых производственных технологий
  - 3) освоения новых сегментов рынка
  - 4) воздействия на мнение и поведение целевых аудиторий.

### **3. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и

социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная литература:**

1. [Катлип Скотт М.](#) Паблик Рилейшнз: Теория и практика / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Центр, Глен М. Брум .— 8-е изд. — М.; СПб; Киев : Вильямс, 2001 .— 624 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5728+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
2. Паблик Рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса / Ассоциация авторов и издателей"ТАНДЕМ";Ред.Журавлев В.М. — М. : ЭКМОС, 2001 .— 352с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5728+default+7+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
3. [Шарков Ф.И.](#) Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Международная акад. бизнеса и управления; Ин-т современных коммуникационных систем и технологий .— 2-е изд. — М. : Дашков и К, 2012 .— 320 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+3172+default+15+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>

#### **Дополнительная литература:**

4. Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>
5. [Асаул А. Н.](#) Культура организации: проблемы формирования и управления [Электронный ресурс] / А. Н. Асаул [и др.] .— СПб. : Гуманистика, 2006 .— Электрон. версия печ. публикации .— Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ .— <URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/AsaulKulturaOrganizaciiProblemyFormirovanie.iPravleniy.2006.pdf>>.
6. Менеджмент корпорации и корпоративное управление / А.Н. Асаул, В.И. Павлов, Ф.И. Бескиерь, О.А. Мышко; Институт проблем региональной экономики, Западный научный центр национальной академии наук и министерства образования и науки Украины, Международная академия инвестиций и экономики строительства. - Санкт-Петербург : Гуманистика, 2006. - 293 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434512>
7. [Бердников И. П.](#) PR - коммуникации : практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова .— 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2013 .— 208 с.
8. [Китчен Ф.](#) Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен .— М. : Юнити-Дана, 2015 .— 454 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546&sr=1>>.
9. [Михайлов Ю.М.](#) Связи с общественностью по-русски [Электронный ресурс] / Ю.М. Михайлов .— М. : Директ-Медиа, 2014 .— 306 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694&sr=1>>.

10. [Терелецкова Е. В.](https://elib.bashedu.ru/dl/read/TereleckovaTeor.Uprav.UchPos.2012.pdf) Теория управления [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. В. Терелецкова, О. Н. Юлдашева ; БашГУ .— Уфа : РИЦ БашГУ, 2012 .— <URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/TereleckovaTeor.Uprav.UchPos.2012.pdf>>.
11. [Постовская Я. А.](#) PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы [Электронный ресурс] / Я. А. Постовская .— Москва : Лаборатория книги, 2010 .— 165 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online".<URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295>>.
12. [Булатова С. Н.](#) Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Н. Булатова.— Кемерово, 2012 .— 80 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online".<URL:[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=227790&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227790&sr=1)>.

## 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- <http://pr.web-3.ru>;
- <http://www.e-xecutive.ru>;
- <http://www.piar.ru>;
- <http://pr-info.ru>;
- <http://pr-life.ru>;
- <http://www.raso.ru>;
- <http://www.soob.ru>;
- <http://www.prnews.ru>;
- <http://www.rwr.ru>;
- <http://studlib.com/>.

## 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Лекции	<b>Аудитория № 407</b> Учебная мебель, доска.

<p><b>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>Практические занятия</p>	<p><b>Аудитория № 407</b> Учебная мебель, доска.</p>
<p><b>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><b>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации,  промежуточная аттестация.</p>	<p><b>Аудитория № 407</b> Учебная мебель, доска.</p> <p><b>Аудитория № 406</b> Учебная мебель, доска. <b>Аудитория 419</b> <b>Лаборатория ИТ</b> Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок (15 штук). По: 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г</p>
<p><b>помещения для самостоятельной работы:</b> читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса 3/4).</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Читальный зал №5</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины Внутрифирменный PR на 6 семестр  
очной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Очная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	49,2
лекций	16
практических/ семинарских	32
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	42
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	52,8

Форма контроля:  
Экзамен 6 семестр ОДО

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p><b>МОДУЛЬ 1. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПОТОКАМИ ВНУТРИ ФИРМЫ</b></p> <p>Тема 1. Внутрифирменный PR Определение внутрифирменного PR. Система коммуникаций в компании. Внутренние коммуникации, виды, направления, особенности. Вертикальные, горизонтальные, формальные и неформальные коммуникации. Виды коммуникационных сетей в организации. Концептуальные основы менеджмента коммуникаций во внутренней среде организации. Помехи и барьеры в корпоративных коммуникациях. Совершенствование систем обратной связи.</p>	2	4		3	1-3	1. Знакомство с рекомендуемой литературой; 2. Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2.	Тема 2. Информационно-	1	2		3	1-3,4,8	1. Подготовка конспекта	Выступление по

	<p>психологические каналы связей с персоналом</p> <p>Внутреннее воздействие на поведение персонала фирмы.</p> <p>Формы и методы работы с персоналом фирмы.</p> <p>Понятие организации. Методы управления организацией.</p> <p>Целевая аудитория. Функции менеджера по коммуникациям в организации. Средства внутрифирменных коммуникаций. Задачи коммуникаций во внутренней среде организации.</p> <p>Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности».</p>						<p>лекций;</p> <p>2. Подбор материала для реферата/курсовой работы.</p>	<p>вопросам к семинарским занятиям</p>
3.	<p>Тема 3. Традиционные средства коммуникации в организации.</p> <p>Внутренние средства массовой коммуникации. Собрания, совещания – принципы проведения коллективных мероприятий. Персональные формы взаимодействия органов управления и персонала организации.</p> <p>Неформальные каналы коммуникации.</p> <p>Корпоративное обучение.</p> <p>Оценка персонала.</p>	1	2		3	4-8,11	<p>1. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>2. Подготовка к тестированию</p>	<p>Выступление по вопросам к семинарским занятиям</p>
4.	<p>Тема 4. Направления PR деятельности в организации, их</p>	1	2		3	4,6,8-12	<p>1. Подготовка плана курсовой работы;</p>	<p>Тестирование</p>

	оценка Корпоративный PR понятие, виды, структура. Взаимодействие отделов PR и маркетинга. Уровни позиционирования PR объекта. Оценка эффективности PR-деятельности организации. Виды методов оценки PR. Медиааудит. Репутационный анализ и аудит. Конкурентный анализ. Исследование целевых аудиторий. Анализ рынков.						2. Конспектирование.	
5	Тема 5. Инструменты внутреннего PR Внутренние СМИ. Корпоративная газета. Корпоративные телевидение и радио. Сайт компании. Доска объявлений. Мероприятия для сотрудников. Слухи в компании. Инструменты использования слухов во внутрифирменном PR. Доска почета. Фирменный стиль компании. Корпоративный кодекс и его роль в укреплении внутренних коммуникаций.	1	2		3	1-3. 4,9-12	1. Подготовка конспекта лекций; 1. Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
6	Тема 6. Связи с общественностью внутри фирмы. Внутренняя общественность. Способы взаимодействия с	1	2		3	1-3,7-12	1. Подготовка конспекта лекций; 2. Подбор материала для реферата/курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям



	<p>персоналом, правила внутреннего поведения. Распорядок дня. Кодекс поведения и пр.</p> <p>Мотивация персонала нематериальными активами.</p> <p>Формирование корпоративной культуры как способ объединения персонала.</p> <p>Коммуникационная политика компании.</p> <p>Задачи PR деятельности в компании</p>							
7	<p>Тема 7. Основные типы и элементы корпоративной культуры</p> <p>Понятие и виды корпоративной культуры.</p> <p>Классификация корпоративной культуры Камерона-Куинна.</p> <p>Классификация корпоративной культуры Т.Базарова.</p> <p>Зарубежный и российский опыт формирования корпоративной культуры.</p> <p>Японская корпоративная культура. «Кружки качества» как ядро корпорации.</p>	1	2		3	4-12	<p>1. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>2. Подготовка к тестированию</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
8	<p>Тема 8. Методика формирования корпоративной культуры организации.</p> <p>Профессиональная адаптация персонала.</p> <p>Источники формирования</p>	-	-		3	8-12	<p>1. Подготовка к защите контрольной работы;</p> <p>2. Конспектирование.</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>корпоративной культуры. Ценности компании. Характер организационной деятельности компании и ее влияние на культуру. Организационная идеология. Корпоративная концепция. Миссия. Видение организации.</p>							
9	<p>Тема 9. Корпоративный Дух компании. Значение корпоративного Духа компании в процессе формирования корпоративной культуры. Японская система формирования корпоративного Духа. Факторы формирования корпоративного Духа компании: адаптация, иерархические ценности, постоянная ротация персонала, межличностные коммуникации, этнопсихологический колорит фирмы.</p>	1	2		3	1-3,11	<p>1. Знакомство с рекомендуемой литературой; Подготовка материала к докладу.</p>	Тестирование
10	<p><b>МОДУЛЬ 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ВНУТРИФИРМЕННОГО PR</b></p> <p>Тема 10. Корпоративные PR мероприятия. Акции и внутрикорпоративные события, нацеленные на внутреннюю аудиторию</p>	2	4		3	1-3,.12	<p>1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к тестированию</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>организации. Цели корпоративных мероприятий. День рождения компании. Программы семейных праздников. «Горячая линия» для персонала. Празднование годовщин, юбилеев, круглых дат. Годовое собрание акционеров, правила проведения. День открытых дверей. Торжественный прием. День родителей.</p>							
11	<p>Тема 11. Основные задачи управления коммуникационными процессами. Роль коммуникации в управлении. Место и роль управления персоналом в системе управления организацией. Процессы управления персоналом. Участие руководства в процессе управления персоналом. Коммуникационный менеджмент в организации. Изменения в компании и роль коммуникаций в разрешении возможных конфликтов</p>	1	2		3	4-8, 9-12	<p>1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к докладу</p>	Контрольная работа
12	<p>Тема 12. Управление персоналом в компании (HR менеджмент) Подбор персонала (рекрутмент). Оценка и обучение как система</p>	1	2		3	4-12	<p>1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка литературы к докладу</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	развития персонала. Методы оценки персонала. Развитие персонала. Обучение. Мотивация и эффективное руководство персоналом компании. Природа мотивации персонала. Материальное стимулирование и разработка системы мотивации. Коучинг. Формирование команды и корпоративной культуры, методы. Управление конфликтами. Командообразование.							
13	Тема 13. Внутрифирменный маркетинг. Понятие внутрифирменного маркетинга. Формирование культуры обслуживания клиентов. Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами. Доведение маркетинговой информации до сотрудников. Система поощрений и признания заслуг сотрудников компании.	1	2		3	4-12	1. Подготовка конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
14	Тема 14. Эффективные методы организации внутрифирменных исследований. Методы исследования систем управления организации. Эмпирические и теоретические	1	2		3	4-12	1. Подготовка конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию	Тестирование

	<p>методы исследования систем управления организацией. Эксперимент. Измерение. Сравнение. Описание. Научные подходы в исследовании организации. Основные концептуальные подходы. Системный подход. Ситуационная теория. Школа маркетинга. Организация исследований систем управления. Алгоритм исследования управления организацией. Технология процесса исследования. Определение объекта исследования управления организации. Формы анализа управления организации. Структурный анализ. Функциональный анализ. Информационный анализ. Параметрический анализ. Комплексный подход. Интеграционный подход. Ситуационный подход. Маркетинговый подход. Инновационный подход. Нормативный подход.</p>							
	Контрольная работа					1-12	<p><b>Контрольная работа</b> — это письменная работа, в которой измеряется уровень знаний, навыков, умений и навыков.</p>	

							Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности. Контрольная работа может быть проведена в письменной форме, на бумаге, с помощью компьютера, в течение определённого периода времени под контролем. Может состоять из тем, предложенных преподавателем из списка.	
	<b>ИТОГО:</b>	16	32		42			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины Внутрифирменный PR на  
3 курс сессия 3 заочной формы обучения.

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины заочная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	15,7
лекций	6
практических/ семинарских	8
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	121
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	7,8

Форма контроля:

Экзамен 3 курс 3 сессия

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p><b>МОДУЛЬ 1. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПОТОКАМИ ВНУТРИ ФИРМЫ</b></p> <p>Тема 1. Внутрифирменный PR Определение внутрифирменного PR. Система коммуникаций в компании. Внутренние коммуникации, виды, направления, особенности. Вертикальные, горизонтальные, формальные и неформальные коммуникации. Виды коммуникационных сетей в организации. Концептуальные основы менеджмента коммуникаций во внутренней среде организации. Помехи и барьеры в корпоративных коммуникациях. Совершенствование систем обратной связи.</p>	0,5	1		9	1-3	3. Знакомство с рекомендуемой литературой; 4. Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2.	Тема 2. Информационно-	0,5	0,5		9	1-3,4,8	3. Подготовка конспекта	Выступление по



	<p>психологические каналы связей с персоналом</p> <p>Внутреннее воздействие на поведение персонала фирмы.</p> <p>Формы и методы работы с персоналом фирмы.</p> <p>Понятие организации. Методы управления организацией.</p> <p>Целевая аудитория. Функции менеджера по коммуникациям в организации. Средства внутрифирменных коммуникаций. Задачи коммуникаций во внутренней среде организации.</p> <p>Слагаемые информационных компонентов «уважения к личности».</p>						<p>лекций;</p> <p>4. Подбор материала для реферата/курсовой работы.</p>	<p>вопросам к семинарским занятиям</p>
3.	<p>Тема 3. Традиционные средства коммуникации в организации.</p> <p>Внутренние средства массовой коммуникации. Соборания, совещания – принципы проведения коллективных мероприятий. Персональные формы взаимодействия органов управления и персонала организации.</p> <p>Неформальные каналы коммуникации.</p> <p>Корпоративное обучение.</p> <p>Оценка персонала.</p>	0,5	1		9	4-8,11	<p>3. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>4. Подготовка к тестированию</p>	<p>Выступление по вопросам к семинарским занятиям</p>
4.	<p>Тема 4. Направления PR деятельности в организации, их</p>	0,5	0,5		9	4,6,8-12	<p>3. Подготовка плана курсовой работы;</p>	<p>Тестирование</p>

	оценка Корпоративный PR понятие, виды, структура. Взаимодействие отделов PR и маркетинга. Уровни позиционирования PR объекта. Оценка эффективности PR-деятельности организации. Виды методов оценки PR. Медиааудит. Репутационный анализ и аудит. Конкурентный анализ. Исследование целевых аудиторий. Анализ рынков.						4. Конспектирование.	
5	Тема 5. Инструменты внутреннего PR Внутренние СМИ. Корпоративная газета. Корпоративные телевидение и радио. Сайт компании. Доска объявлений. Мероприятия для сотрудников. Слухи в компании. Инструменты использования слухов во внутрифирменном PR. Доска почета. Фирменный стиль компании. Корпоративный кодекс и его роль в укреплении внутренних коммуникаций.	0,5	0,5		9	1-3. 4,9-12	2. Подготовка конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
6	Тема 6. Связи с общественностью внутри фирмы. Внутренняя общественность. Способы взаимодействия с	0,5	0,5		9	1-3,7-12	3. Подготовка конспекта лекций; 4. Подбор материала для реферата/курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>персоналом, правила внутреннего поведения. Распорядок дня. Кодекс поведения и пр.</p> <p>Мотивация персонала нематериальными активами.</p> <p>Формирование корпоративной культуры как способ объединения персонала.</p> <p>Коммуникационная политика компании.</p> <p>Задачи PR деятельности в компании</p>							
7	<p>Тема 7. Основные типы и элементы корпоративной культуры</p> <p>Понятие и виды корпоративной культуры.</p> <p>Классификация корпоративной культуры Камерона-Куинна.</p> <p>Классификация корпоративной культуры Т.Базарова.</p> <p>Зарубежный и российский опыт формирования корпоративной культуры.</p> <p>Японская корпоративная культура. «Кружки качества» как ядро корпорации.</p>	0,5	1		9	4-12	<p>3. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>4. Подготовка к тестированию</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
8	<p>Тема 8. Методика формирования корпоративной культуры организации.</p> <p>Профессиональная адаптация персонала.</p> <p>Источники формирования</p>	0,5	0,5		9	8-12	<p>3. Подготовка к защите контрольной работы;</p> <p>4. Конспектирование.</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>корпоративной культуры. Ценности компании. Характер организационной деятельности компании и ее влияние на культуру. Организационная идеология. Корпоративная концепция. Миссия. Видение организации.</p>							
9	<p>Тема 9. Корпоративный Дух компании. Значение корпоративного Духа компании в процессе формирования корпоративной культуры. Японская система формирования корпоративного Духа. Факторы формирования корпоративного Духа компании: адаптация, иерархические ценности, постоянная ротация персонала, межличностные коммуникации, этнопсихологический колорит фирмы.</p>	0,5	0,5		9	1-3,11	2. Знакомство с рекомендуемой литературой; Подготовка материала к докладу.	Тестирование
10	<p><b>МОДУЛЬ 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ВНУТРИФИРМЕННОГО PR</b></p> <p>Тема 10. Корпоративные PR мероприятия. Акции и внутрикорпоративные события, нацеленные на внутреннюю аудиторию</p>	1	0,5		8	1-3,.12	2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>организации. Цели корпоративных мероприятий. День рождения компании. Программы семейных праздников. «Горячая линия» для персонала. Празднование годовщин, юбилеев, круглых дат. Годовое собрание акционеров, правила проведения. День открытых дверей. Торжественный прием. День родителей.</p>							
11	<p>Тема 11. Основные задачи управления коммуникационными процессами. Роль коммуникации в управлении. Место и роль управления персоналом в системе управления организацией. Процессы управления персоналом. Участие руководства в процессе управления персоналом. Коммуникационный менеджмент в организации. Изменения в компании и роль коммуникаций в разрешении возможных конфликтов</p>	0,5	0,5		8	4-8, 9-12	<p>2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к докладу</p>	Контрольная работа
12	<p>Тема 12. Управление персоналом в компании (HR менеджмент) Подбор персонала (рекрутмент). Оценка и обучение как система</p>	-	0,5		8	4-12	<p>2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка литературы к докладу</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	развития персонала. Методы оценки персонала. Развитие персонала. Обучение. Мотивация и эффективное руководство персоналом компании. Природа мотивации персонала. Материальное стимулирование и разработка системы мотивации. Коучинг. Формирование команды и корпоративной культуры, методы. Управление конфликтами. Командообразование.							
13	Тема 13. Внутрифирменный маркетинг. Понятие внутрифирменного маркетинга. Формирование культуры обслуживания клиентов. Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами. Доведение маркетинговой информации до сотрудников. Система поощрений и признания заслуг сотрудников компании.	-	0,5		8	4-12	3. Подготовка конспекта лекций; 4. Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
14	Тема 14. Эффективные методы организации внутрифирменных исследований. Методы исследования систем управления организации. Эмпирические и теоретические	-	-		8	4-12	3. Подготовка конспекта лекций; 4. Подготовка к тестированию	Тестирование

	<p>методы исследования систем управления организацией. Эксперимент. Измерение. Сравнение. Описание. Научные подходы в исследовании организации. Основные концептуальные подходы. Системный подход. Ситуационная теория. Школа маркетинга. Организация исследований систем управления. Алгоритм исследования управления организацией. Технология процесса исследования. Определение объекта исследования управления организации. Формы анализа управления организации. Структурный анализ. Функциональный анализ. Информационный анализ. Параметрический анализ. Комплексный подход. Интеграционный подход. Ситуационный подход. Маркетинговый подход. Инновационный подход. Нормативный подход.</p>							
	Контрольная работа					1-12	<p><b>Контрольная работа</b> — это письменная работа, в которой измеряется уровень знаний, навыков, умений и навыков.</p>	

							Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности. Контрольная работа может быть проведена в письменной форме, на бумаге, с помощью компьютера, в течение определённого периода времени под контролем. Может состоять из тем, предложенных преподавателем из списка.	
	<b>ИТОГО:</b>	6	8		121			



Внутрифирменный PR

специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
курс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>МОДУЛЬ 1. Особенности управления коммуникационными потоками внутри фирмы</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	1	5	0	5
3. Выступление по вопросам к семинарским занятиям	2	5	0	10
<b>Рубежный контроль</b>				
1. Тестирование		1	0	15
<b>МОДУЛЬ 2. Практические аспекты использования инструментов внутрифирменного PR</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	1	5	0	5
2. Контрольная работа	5	1	0	10
3. Выступление по вопросам к семинарским занятиям	2	5	0	10
<b>Рубежный контроль</b>				
1. Тестирование		1	0	15
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Студенческая олимпиада			0	5
2. Публикация статей			0	5
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
<b>Итоговый контроль</b>				
1. Экзамен				30