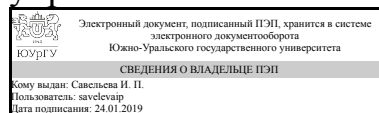


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



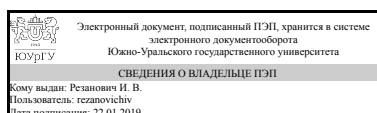
И. П. Савельева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА к ОП ВО от 26.06.2019 №084-2200

дисциплины ДВ.1.13.01 Управление коммуникациями в организации
для направления 38.03.03 Управление персоналом
уровень бакалавр **тип программы** Бакалавриат
профиль подготовки Управление персоналом организации
форма обучения очная
кафедра-разработчик Экономика труда и управление персоналом

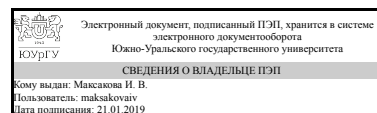
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утверждённым приказом Минобрнауки от 14.12.2015 № 1461

Зав.кафедрой разработчика,
д.пед.н., проф.



И. В. Резанович

Разработчик программы,
к.техн.н., доц., доцент



И. В. Максакова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать студентам представление о инструментах управления коммуникациями организации, о PR как средстве стратегического управления поведением во внешней и внутренней среде организации, инструменте влияния на них с помощью информационного взаимодействия. К задачам дисциплины относятся: • освоение методологии PR-решений; • планирования PR-кампаний для внешних и внутренних целевых групп общественности; • формирование навыков разработки программы проведения мероприятий по связям с общественностью; • формирование навыков составления и презентации отчета по результатам проведенных мероприятий.

Краткое содержание дисциплины

Теория и практика связей с общественностью. История развития связей с общественностью. Сущность, роль и значение связей с общественностью в современном обществе. Функции служб и специалистов по связям с общественностью. Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом Основные направления деятельности PR в управлении персоналом. Инструменты PR в управлении персоналом. Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом. Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Знать:основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; особенности развития связей с общественность в современной России;
	Уметь:применять основные методы и технологии связей с общественностью; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь при подготовке выступлений на различных новостных мероприятиях.
	Владеть:навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций; навыками организации и планирования PR-мероприятий; навыками подготовки материалов для непосредственной публикации в СМИ
ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Знать:теоретические основы планирования и организации корпоративных коммуникаций; особенности планирования и оценки эффективности PR-мероприятий.
	Уметь:проводить анализ информационного поля объекта PR и разрабатывать рекомендации по коррекции его имиджа; формировать корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации; методами оценки качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом.

Владеть: PR-методами управления корпоративными коммуникациями, формирования корпоративной культуры, конструирования имиджа организации; навыками информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
В.1.05 Введение в направление	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
В.1.05 Введение в направление	знать - основы деловой коммуникации уметь - решать стандартные задачи профессиональной деятельности; применять информационно-коммуникационные технологии; владеть - культурой мышления; навыками целеполагания

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	36	36
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	36	36
Подготовка докладов и рефератов	10	10
Подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения («круглые столы, деловые игры, конференции)	10	10
Подготовка к зачету	16	16
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах
-----------	----------------------------------	---

		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Теория и практика связей с общественностью	4	2	2	0
2	Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом	4	2	2	0
3	Основные направления деятельности PR в управлении персоналом.	6	2	4	0
4	Инструменты PR в управлении персоналом	8	2	6	0
5	Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом	8	2	6	0
6	Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теория и практика связей с общественностью. История развития связей с общественностью в мире и современной России. Цели, задачи, сущность, принципы, функции связей с общественностью .	2
2	2	Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом. Организационные основы работы PR-подразделений. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам. Планирование работы отдела связей с общественностью в управлении персоналом.	2
3	3	Основные направления деятельности PR в управлении персоналом. Информационное обеспечение отдела PR. Исследования как составная часть построения гармоничных связей с общественностью. Социологический анализ. Методы сбора информации. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования. Социально-психологический анализ. Информационный аудит и составление медиапортрета. Организация и проведение представительских и специальных мероприятий. Новостные PR-мероприятия: Пресс-конференция. Брифинг. Конференция. Презентация. Пресс-тур. Клубный вечер. Управление кризисными и конфликтными ситуациями. Кризис как чрезвычайная ситуация и подготовка к нему. Информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций. Кризис как конфликт интересов. PR-действия в целях управления конфликтом.	2
4	4	Инструменты PR в управлении персоналом. Отношения со СМИ. Средства корпоративных связей с общественностью в управлении персоналом. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий. Управление информацией: этапы, логика, механизмы. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Приемы создания и усиления новостей. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ. Особенности PR-текстов и общие требования к их подготовке. Материалы для непосредственной публикации. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий.	2
5	5	Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом. Сущность и основные этапы коммуникативного процесса. Формирование корпоративной культуры в организации. Корпорация и корпоративное позиционирование. Конструирование корпоративного имиджа. Понятие имиджа организации. Управление имиджем с помощью связей с общественностью. Фирменный стиль как планирование системы формальных идентификационных признаков. Внутрикorporативное	2

		общение как внутренние связи с общественностью.	
6	6	Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом . Оценка эффективности связей с общественностью. Стандарты PR-качества и PR-сертификации. Рекомендации по организации эффективной работы службы PR в управлении персоналом	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Семинар по вопросам темы	2
2	2	Деловая игра «Создание PR-службы». Студенты распределяются в подгруппы по 5-6 человек. Группа выбирает PR-структуры, разрабатывает структуру подразделения, дает описание ее функций. Каждый участник группы выступает с докладом о выработанной программе. Оценка дается каждому студенту и группе в целом.	2
3,4	3	Кейс. Разработка программы социологического исследования. Проведение информационного аудита конкретной организации и создание медиапортрета.	4
5,6	4	Деловая игра «Проведение пресс-конференции». Студенты разрабатывают сценарный план организации и проведения пресс-конференции по самостоятельно выбранной или предложенной преподавателем теме.	4
7	4	Кейс. Технология производства информационных материалов, взаимодействия со СМИ. Подготовьте выступление по указанным темам: А) открытие нового филиала организации; Б) презентация по поводу юбилея организации; В) открытие выставки вакансий; Г) ежегодный отчет перед коллективом организации. Подготовка документов для прессы. Подготовка пресс-релиза.	2
8,9,10	5	Кейс. Определение целевых аудиторий корпоративных коммуникаций. Корпоративное позиционирование. По ситуационной задаче разобрать представленные для изучения вопросы.	6
11,12	6	Кейс. Студентам предлагается разработать показатели по эффективной работе PR-служб на примере конкретной организации.	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка докладов и рефератов	Список литературы по каждой теме студент подбирает самостоятельно, в том числе из списка основной и дополнительной литературы	10
Подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения («круглые столы, деловые игры, конференции)	-	10
Подготовка к зачету	-	16

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Использование проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода к изучению наук	Лекции	В лекциях приводятся примеры, показывающие связь дисциплины с другими дисциплинами, изучаемыми студентами. (например, при изучении темы 3 необходимо использование знаний дисциплины «Конфликтология» и «Организационная культура»)	8
Использование методов, основанных на изучении практики (case studies)	Практические занятия и семинары	Задания для кейсов взяты из практики Российских и зарубежных компаний	8
Использование проектно-организованных технологий обучения работе в команде над комплексным решением практических задач	Практические занятия и семинары	Деловая игра (ПЗ № 2) предполагает решение комплексной задачи с использованием командного способа принятия решения	4

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Все разделы	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Проверка теоретических знаний	
Все разделы	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и	Проверка теоретических знаний	

	трудовым коллективом		
Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Решение кейсов	
Основные направления деятельности PR в управлении персоналом.	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Решение кейсов	
Все разделы	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	зачет	вопросы к зачету
Все разделы	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	зачет	вопросы к зачету

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Проверка теоретических знаний	Оценивается процент правильных ответов	Отлично: 85-100 % правильных ответов Хорошо: 72-85 % правильных ответов Удовлетворительно: 60-72 % правильных ответов
Проверка теоретических знаний	Оценивается процент правильных ответов	Отлично: 85-100 % правильных ответов Хорошо: 72-85 % правильных ответов Удовлетворительно: 60-72 % правильных ответов
зачет	оценивается ответ студента на вопросы зачета	Зачтено: прочно усвоил предусмотренный программный материал; - правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; - показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов - без ошибок выполнил практическое задание. Обязательным условием выставленной оценки

		является правильная речь в быстром или умеренном темпе. Не зачтено: Выставляется студенту, который не справился с 50% вопросов и заданий билета, в ответах на другие вопросы допустил существенные ошибки. Не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем. Целостного представления о взаимосвязях, компонентах, этапах развития культуры у студента нет. Оценивается качество устной и письменной речи, как и при выставлении положительной оценки.
--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Проверка теоретических знаний	
Проверка теоретических знаний	
зачет	1. Основные этапы развития СО. 2. Сущность СО. Сравнительный анализ подходов к определению СО. 3. Деятельность по СО: субъект, объект, цель, принципы. 4. Общие задачи PR – деятельности. 5. Исследовательская деятельность в СО. 6. Схема анализа информационного поля (медиапортрет). 7. Измерение эффективности деятельности в СО. 8. Основные показатели медиаметрического анализа. 9. Понятие, цели и написание программы PR – кампании. 10. Особенности PR – текстов и общие требования к их подготовке. 11. Информационный жанр новостных текстов. Заметка. Случай. Репортаж. (Сравнительная характеристика). 12. Информационный жанр новостных текстов. Сравнительная характеристика всех видов интервью. 13. Аналитический жанр новостных текстов. Статья. Сущность и виды. 14. Аналитический жанр новостных текстов. Версия и журналистское расследование. Сравнительная характеристика. 15. Аналитический жанр новостных текстов. Рецензия и социологическое резюме. Сравнительная характеристика. 16. Художественно-публицистический жанр новостных текстов. 17. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. 18. Новостные материалы. Пресс-релиз: оформление, структура, форма. 19. Новостные материалы. Биография. Заявление. Меморандум. Медиа-кит. 20. Отличительные характеристики основных новостных PR – мероприятий. 21. Пресс – конференция. 22. Брифинг. 23. Конференция. 24. Презентация. 25. Пресс-тур. 26. Клубный вечер. 27. Особенности организации PR – компаний в сети Internet.. 28. Корпоративный сайт. 29. Корпоративный сайт с элементами портала. 30. Интернет – портал. 31. Антикризисный PR. Понятие кризиса. Цели и задачи антикризисного

	PR. 32. Антикризисный PR. Работа с Целевыми аудиториями в условиях кризиса. 33. Антикризисный PR. Правила поведения в кризисных ситуациях и исключения из них. 34. Антикризисный PR. Версия как элемент нейтрализации последствий кризиса.
--	---

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью Текст учебник для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. и др.: Питер, 2012. - 375, [1] с. ил.
2. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учеб. пособие В. М. Маслова. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2009. - 206, [1] с. ил.
3. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 206, [1] с.
4. Минаева, Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика Текст учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 286, [1] с. ил.
5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: Теория и практика Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации". - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 551 с.
6. Шарков, Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации. Учебник для бакалавров рекламы и связей с общественностью Текст учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" (модуль дисциплин "Коммуникология") Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К : Издательство Шаркова, 2012. - 591 с. 21 см

б) дополнительная литература:

1. Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний Текст учебник для высш. проф. образования по направлению "Реклама и связи с общественностью" Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. - М.: Академия, 2014. - 269, [1] с. ил.
2. Лычагина, И. Н. Антикризисный PR-менеджмент в коммерческих структурах Текст учеб. пособие по направлению 031600 "Реклама и связи с общественностью" И. Н. Лычагина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2014. - 49, [2] с. ил.
3. Скарнев, Д. С. Основы теории коммуникации Текст метод. указания по проведению практ. занятий по направлению "Реклама и связи с

общественностью" Д. С. Скарнев ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2015. - 31, [2] с.

4. Чумиков, А. Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: КноРус, 2010

5. Шарков, Ф. И. Брендинг и культура организации: Управление брендом как элементом культуры организации Учеб. для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" Ф. И. Шарков, В. А. Ткачев; Акад. труда и социал. отношений, Ин-т экономики и культуры; Акад. труда и социал. отношений, Ин-т экономики и культуры. - М.: Перспектива: Социальные отношения, 2003. - 266 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Бизнес, Организация, стратегии, Системы (БОСС)Издатель: «Бизнес и компьютер»

2. БИКИ.Издатель: ОАЛ «Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт (ВНИИКИ)»

3. Маркетинг.Издатель: Центр маркетинговых исследований и менеджмента (ЦМИ) ГУУ

4. Маркетинг и маркетинговые исследования в России.Издатель: ИД Гребенникова

5. Маркетинг в России и за рубежом.Издатель: Издат группа «Дело и сервис».Издательство «Финпресс»

6. Секрет фирмы.Издатель: Издательский дом «Коммерсантъ»

7. Рекламный журнал (до 1999г. «Московское обозрение»).Издатель: ИД Гребенникова

8. Маркетолог.Издатель: «РОСМЕДИА»

9. 12. Служба PR.Издательский дом «Панорама»

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008

2. Методические указания по дисциплине

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

3. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008

4. Методические указания по дисциплине

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный /
---	----------------	-------------------------	--	---

				свободный доступ)
1	Основная литература	Лапшин, А.В. Коммуникации в управлении человеческими ресурсами. [Электронный ресурс] / А.В. Лапшин, Н.В. Гончарова. — Электрон. дан. — Нижний Новгород : ВГУВТ, 2014. — 100 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/60801 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный
2	Дополнительная литература	Барежев, В.А. Коммуникационный менеджмент: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 239 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/63821 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Не предусмотрено