

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.06.02 «ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННАЯ КОММУНИКАЦИЯ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов-бакалавров с природой и спецификой коммуникации в организациях, системой каналов, форм, средств и инструментов внутриорганизационной коммуникации, основными информационно-коммуникационными проблемами в организациях и способами их решения.

Задачи дисциплины:

- дать представление о предпосылках роста актуальности внутренних коммуникаций и основных тенденциях их развития в мире;
- определить функции внутренних коммуникаций в организации раскрыть основное содержание понятия «корпоративная культура» и дать представление о типах корпоративной культуры;
- раскрыть основное содержание понятия «корпоративные ценности» как основы принятия управленческих решений в организации;
- изучить каналы и инструменты внутренних коммуникаций в организации;
- раскрыть особенности работы с основными инструментами внутренних коммуникаций;
- обсудить лучшие практики внутрикорпоративного PR российских и зарубежных компаний

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.06.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

профессиональные компетенции, сформулированные ВУЗом:

- владением умениями и навыками профессиональной деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПКВ-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- содержание информационно-аналитической, обзорной и прогностической работы в сфере рекламных- и PR-коммуникаций; современные инструменты разработки планов, программ и других материалов обзорного, прогнозо-аналитического характера в сфере рекламных- и PR-коммуникаций;
- роль коммуникации в процессе успешного функционирования организации;
- основные подсистемы, каналы, формы, инструменты внутриорганизационной коммуникации и их специфику;
- особенности процесса коммуникации при инициировании и внедрении организационных нововведений;
- основные теории коммуникационного климата внутри организации.

Уметь:

- составлять и описывать модель проведения конкретной информационно-аналитической и прогностической работы; проводить аналитическую обработку текстовой информации по различным параметрам;
- анализировать различные типы организаций и эффективно прогнозировать коммуникационные проблемы в них;
- разрабатывать и реализовывать коммуникативную стратегию организации;
- осуществлять комплексный анализ системы коммуникации в организации, вырабатывать рекомендации по ее оптимизации;
- изменять представления о значении коммуникации в организации с развитием менеджмента.

Владеть:

- навыками подготовки итоговых информационных и аналитических, обзорных и прогностических текстов, а также их редактирования;
- принципами и технологиями активизации внутриорганизационной коммуникации в различных типах организаций;
- современными информационно-коммуникационными технологиями оптимизации внутриорганизационного взаимодействия;
- тактическими и стратегическими приемами преодоления коммуникационных барьеров во внутриорганизационном взаимодействии;
- различными средствами и инструментами для оптимизации внутриорганизационного климата.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.