**СИЛЛАБУС**

**Весенний семестр 2022-2023 уч. год**

**по образовательной программе «6В03203 - Связи с общественностью»**

**2 курс, русское отделение**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код дисциплины** | **Название дисциплины** | | **Самостоятельная работа студента (СРС)** | **Кол-во кредитов** | | | | **Кол-во кредитов** | **Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя (СРСП)** |
| **Лекции (Л)** | **Практ. занятия (ПЗ)** | **Лаб. занятия (ЛЗ)** | |
| VPR 2207 | Внутренний PR | | 98 ч | 1,7 | 3,3 | 0 | | 5 | 7 ч |
| **Академическая информация о курсе** | | | | | | | | | |
| **Вид обучения** | **Тип/характер курса** | | **Типы лекций** | | **Типы практических занятий** | | | | **Форма итогового контроля** |
| Аудиторный (оффлайн) | Теоретический | | Информационная, дискуссионная,  проблемная | | Ситуационные задания, имитационные упражнения и полемика | | | | Экзамен в ИС «Univer» |
| **Лектор** | Рожков Александр Викторович, к.филол.н., доцент | | | | | | **Офис-часы** | | По расписанию |
| **e-mail** | Rozhkov.A.W@yandex.kz | | | | | |
| **Телефоны** | 377 33 33 доб. 13 44 (р. т.), + 7 701 315 30 54 (моб.) | | | | | |
| **Академическая презентация курса** | | | | | | | | | |
| **Цель дисциплины** | | **Ожидаемые результаты обучения (РО)**  В результате изучения дисциплины обучающийся будет способен: | | **Индикаторы достижения РО (ИД)**  (на каждый РО не менее 2-х индикаторов)  В результате изучения дисциплины  обучающийся будет уметь: | | | | | |
| - сформировать у студентов способностьвыполнять комплекс действий в сфере внутрикорпоративных коммуникаций и сформировать у обучающихся целостное представление о принципах формирования внутреннего PR. | | РО 1: - выстраивать горизонтальные и вертикальные коммуникации среди сотрудников организации, популяризировать ценности организации, управлять внутренним имиджем, завоевывать доверие клиентов организации на основе кейсов ежегодногоPR-Форума в Казахстане; | | ИД 1.1: - выделять признаки внутренней общественности,  ИД 1.2: - ранжировать факторы формирования общественного мнения внутренней общественности,  ИД 1.3: - комбинировать средства коммуникационной поддержки мотивации, | | | | | |
| РО 2: - обеспечивать синергию миссии организации и корпоративной идентичности на основе трудов Т. Дила и А. Кеннеди, постоянное внимание к организации и ее услугам, персоне через медиа; | | ИД 2.1: - использовать традиционные и цифровые инструменты корпоративной культуры,  ИД 2.2: - устанавливать связь между миссией, видением и ценностями организации,  ИД 2.3: -усиливать продуктивность информационных ресурсов для позиционирования, | | | | | |
| РО 3:- владеть средствами нематериальной мотивации сотрудников, нейтрализации информационной деятельности конкурентов; | | ИД 3.1: - продуцировать различные виды корпоративной информации,  ИД 3.2: - расширять возможности корпоративной прессы,  ИД 3.3: - выпускать радио- и телесюжеты для внутренней общественности, | | | | | |
| РО 4: - ориентироваться в конкретной сфере коммерческого PR, трансформируя недоверие к продукту или услуге в позитивное конструктивное русло, в мониторинге и оценке текущей ситуации; | | ИД 4.1: - расширять новые технологии для создания командного духа,  ИД 4.2: - демонстрировать методы корпоративной идентичности,  ИД 4.3: - улучшать ситуацию через тимбилдинг, эвенты, иммерсивность, | | | | | |
| РО 5:-организовывать самостоятельно корпоративные мероприятия, коммуникативными средствами поддерживать коммерческий успех организации. | | ИД 5.1: - конструировать фирменный стиль,  ИД 5.2: - поддерживать инициативы сотрудников,  ИД 5.3: - давать оценку эффективности корпоративному PR. | | | | | |
| **Пререквизиты** | | «Введение в «связи с общественностью» (PR)», «PR-технологии» | | | | | | | |
| **Постреквизиты** | | «Антикризисный PR» «Имиджелогия», «Ситуационный анализ в PR» | | | | | | | |
| **Литература и ресурсы** | | **Учебная литература:**  **Основная:**  1. Бердникова Э.Н. Внутрикорпоративный PR и событийный маркетинг. - М., 2018.  2. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. - М., 2010.  3. Колесников А.В. Корпоративная культура современных организаций. - М., 2018.  4. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. - М., 2010.  **Дополнительная:**  5.Жикин А.В. PR-поддержка внутренних изменений. - М., 2019.  6.Маслов В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. - М., 2010.  7. Литвинюк А.А. Организационное поведение. - М., 2014.  **Интернет-ресурсы:**  httр://pressсlub.kzКазахстанский пресс-клуб  httр://librery.kaznu.kz/ruБиблиотека КазНУ  httр://www.naso.kzНАСО  https://www.pr.panor.ru «Служба PR». Журнал  [http://ci-journal.ru](http://ci-journal.ru/)Корпоративная имиджелогия. Журнал о PR  http://chuprina.kz Коммуникационная компания «Чупрына&Партнеры»  http://www.prjournal.ru/ Журнал «PR в России» | | | | | | | |
| **Академическая политика курса в контексте университетских морально-этических ценностей** | | **Правила академического поведения:**  Требуется обязательноеприсутствие студента на всех видах занятий на указанных в силлабусеи расписании аудиториях, образовательных платформах и через определенные преподавателем сервисы.  **ВНИМАНИЕ!** Несоблюдение дедлайнов приводит к потере баллов! Дедлайн каждого задания указан в календаре (графике) реализации содержания учебного курса, а также в ИС и МООК.  Студенты, пропустившие занятия по уважительной причине (с подтверждением документами), отрабатывают их в дополнительное время. Если студент пропустил более 50% занятий, он автоматически получает оценку F. Студенты, не выполнившие все виды работ, к итоговому экзамену не допускаются.  **Академические ценности:**  - Студенты должны быть честными и этичными в любое время в их стремлении к академическим целям в соответствии с Кодексом чести студентов университета.  - Практические/лабораторные занятия, СРС должна носить самостоятельный, творческий характер.  - Недопустимы плагиат, подлог, использование шпаргалок, списывание на всех этапах контроля.  - Все виды письменных работ подлежат проверке на антиплагиат.  - Студенты с ограниченными возможностями могут получать консультационную помощь по e-mail:Rozhkov.A.W@yandex.kz | | | | | | | |
| **Политика оценивания и аттестации** | | **Критериальное оценивание:** оценивание результатов обучения в соотнесенности с дескрипторами (проверка сформированности компетенций промежуточных и итоговых контролях).  **Суммативное оценивание:**  Активность на лекциях 5%  Работа на практических занятиях 20%  Самостоятельная работа 25%  Проектная и творческая деятельность 10%  Экзамены 40%  ИТОГО 100%  Итоговая оценка по дисциплине = (РК1 + РК2) \* 0,6 + (ИА \* 0,4)  Минимальные оценки в процентах:  95% - 100%: А 90% - 94%: А- 85% - 89%: В+  80% - 84%: В 75% - 79%: В- 70% - 74%: С+  65% - 69%: С 60% - 64%: С- 55% - 59%: D+  50% - 54%: D 25% - 49%: FX 0% - 24%: F | | | | | | | |

**КАЛЕНДАРЬ (график)**

**реализации содержания учебного курса**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Неде-ли** | **Название темы** | **Кол-во часов** | **Макс.**  **балл** |
| Модуль 1 (РК 1)  Ресурсы внутреннего PR | | | |
| 1 | **Л 1.** Внутренняя общественность. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 1.** Показать важность выстраивания системы корпоративных коммуникаций. | 2 | 8 |
| 2 | **Л 2.** Мотивация и коммуникации. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 2.** Распределить стадии мотивации и формы ее поддержки. | 2 | 8 |
| **СЗ 1.** Сопоставить внутренню общественность с внешней организации сеть автозаправок «Барлык» на основе типологии Д. Гендрикса. | 1 | 5 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРС 1** | | |
| 3 | **Л 3.**Корпоративная культура. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 3.** Обобщить элементы корпоративной культуры. | 2 | 8 |
| **СРСП 1. Консультация по выполнению СРСП 1.** *Специфика внутрикорпоративных мероприятий.* Подготовьте сценарий внутрикорпоративного обучающего мероприятия фирмы «Электро», специализирующейся на изготовлении мелкого бытового электрооборудования, покажите, как усилить потенциал сотрудников за счет новых навыков. | 1 | 7 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 1** | | |
| 4 | **Л 4.**Миссия, видение и ценности компании. | 1 | 2 |
| **Л3 4.**Разработать механизмы трансляции и поддержки миссии организации. | 2 | 8 |
| 5 | **Л 5.**Позиционирование организации. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 5.** Выделить направления создания устойчивых внутренних коммуникаций. | 2 | 8 |
| **СРСП 2. Консультация по выполнению СРСП 2.** *Мониторинг*. Идентифицируйте занимаемую позицию фирмы «Кондиционеры» через мониторинг отношения сотрудников. | 1 | 7 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 2** | | |
| 6 | **Л 6.**Виды корпоративной информации. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 6.** Дифференцировать каналы трансляции корпоративной информации. | 2 | 8 |
| **СРСП 3. Консультация по выполнению СРСП 3.** *Отбор информации.* Опубликуйте три факты из корпоративной жизни, которые могут стать основой репортажа, статьи и отчета для корпоративного сайта. | 1 | 7 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 3** | | |
| 7 | **Л 7.** Корпоративная пресса. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 7.**Показать особенности газет и журналов для внутренней аудитории. | 2 | 7 |
| **СЗ 2.** Ранжируйте задачи корпоративных изданий фабрики «Макароны». | 1 | 5 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРС 2** | | |
| **РК1** |  |  | **100** |
| Модуль 2 (РК 2)  Технологии информационной поддержки коллектива | | | |
| 8 | **Л 8.** Радио и телевидение корпорации. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 8.** Раскройте потенциал корпоративных каналов. | 2 | 7 |
| **СРСП 4. Консультация по выполнению СРСП 4.** *Визуализация данных.* Разработайте сценарий ток-щоу корпоративного телевидения по проблеме тайм-менеджмента рабочего процесса. | 1 | 6 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 4** | | |
| 9 | **Л 9.**Внутренний портал компании. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 9.**Определите механизмы поддержки корпоративного сайта. | 2 | 7 |
| 10 | **Л 10.** Мобильное корпоративное приложение. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 10.**Дайте прогнозы применения во внутреннем PR мобильных приложений. | 2 | 7 |
| **СРСП 5. Консультация по выполнению СРСП 5.** *Онлайн коллектив.* Продемонстрируйте функциональность и персонализацию корпоративного приложения завода «Шампуни». | 1 | 6 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 5** | | |
| 11 | **Л 11.**Внутренние события, практики и праздники. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 11.**Рассмотреть специфику эвентов в коллективах. | 2 | 7 |
| 12 | **Л 12.** Тимбилдинг. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 12.** Покажите методы сплочения команды. | 2 | 7 |
| **СРСП 6. Консультация по выполнению СРСП 6.** *Сплочение коллектива.* Напишите сценарий внутрикорпоративного тимбилдинга холдинга «Производство окон». | 1 | 5 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРС 3** | | |
| 13 | **Л 13.** Фирменный стиль. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 13.** Найти варианты поддержания фирменного стиля внутри организации. | 2 | 7 |
| **СЗ 3.** Перечислите наиболее важные составляющие фирменного стиля авиакомпании «FlyingPegasus» в порядке значимости. | 1 | 6 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 6** | | |
| 14 | **Л 14.** Самопрезентация руководителей и сотрудников. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 14.** Исследовать элементы внутреннего имиджа. | 2 | 7 |
| **СРСП 7. Консультация по выполнению СРСП 7.** *Адаптация.* Подготовьте памятки для новых сотрудников. | 1 | 6 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 7** | | |
| 15 | **Л 15.** Оценка эффективности внутренних коммуникаций. | 1 | 2 |
| **ЛЗ 15.** Дайте обоснование принципам определению успешности внутреннего PR. | 2 | 6 |
| **РК2** |  |  | **100** |
| **Экзамен** |  |  | **100** |

Декан факультета журналистики

к.филол.н. КуантаевН.К.

Заведующий кафедрой

д.филол.н., профессор Шынгысова Н.Т.

Лектор

к.филол.н. Рожков А.В.