

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
 высшего образования  
**«Владимирский государственный университет**  
**имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**  
 (ВлГУ)



**«УТВЕРЖДАЮ»**  
 Проректор  
 по образовательной деятельности

А.А. Панфилов

« 29 » 08 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ**

Направление подготовки - 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
9	9/324 ч.		36 ч.		261 ч.	Экзамен (27 ч.)
Итого	9/324 ч.		36 ч.		261 ч.	Экзамен (27 ч.)

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Целью** данного курса является изучение сущности взаимоотношений внутри трудового коллектива организации, особенностей функционирования и структуры PR-отдела и PR-мероприятия, направленные на создание гармоничных связей в коллективе, способствующие росту работоспособности персонала и производительности.

**Задачами** курса являются:

1. выработка системного комплекса знаний о сущности корпоративной взаимоотношений;
2. изучение основных теорий и представлений о моделях корпоративного управления.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Данная дисциплина «Управление корпоративными отношениями в организации» дисциплина включена в базовую часть учебного плана ОПОП (Б1.Б.32). Дисциплина преподается в 9 семестре, направлена на изучение коммуникативного процесса в организации. В совокупности с учебными дисциплинами профессионального цикла «Общая теория управления коммуникацией», «Основы теории коммуникации», студент получает возможность сформировать комплексные знания о специфике формирования коммуникативного пространства современного информационного общества, являющегося социокультурной средой деятельности специалистов в сфере социальных коммуникаций, в частности рассмотреть внутрикорпоративные PR-мероприятия, необходимые для создания гармоничных взаимоотношений в коллективе.

## **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

### **1) Знать:**

1. Знать работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)
2. Знать особенности организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

### **2) Уметь:**

1. Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию (ПК-6);

### **3) Владеть:**

1. Владеть способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товара и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)
2. Владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР			
1	Специфика корпоративного управления организации. Эволюция. Определения.	9			4			29			2/50%	
2	Зарубежный и отечественный опыт корпоративного управления	9			4			29			2/50%	
3	Субъекты корпоративных отношений. Организация работы отдела по	9			4			29			2/50%	



	связям с общественностью.										
4	Организация, планирование связей с общественностью в управлении персоналом	9			4		29			2/50%	
5	Связи с общественностью и управление конфликтами в организации	9			4		29			2/50%	
6	Управление корпоративными отношениями в организации и онлайн.	9			4		29			2/50%	
7	PR-инструменты и создание благоприятного климата в коллективе	9			4		29			4/50%	
8	Кодекс корпоративного поведения.	9			4		29			2/50%	
9	Мотивация к трудовой деятельности.	9			4		29			2/50%	
ИТОГО за семестр		9			36		261			18/50%	Экзамен

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Коллоквиумы, дискуссии, конференции, контрольные работы, рейтинговая аттестация студентов. Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов

учебной работы, на 50 % проводятся в интерактивной, инновационной форме, сюда входят:

1. Психологические методы управления образовательной деятельностью (вовлечение, просьба, совет, ожидание)
2. Управление творческой деятельностью («мозговой штурм», метод эмпатии, студент в роли преподавателя);
3. Практическое занятие с групповой работой, диспут, семинар-сочинение, защита творческой работы, соревнования между группами.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **Вопросы для самостоятельной работы**

1. Корпоративное управление: сущность, принципы, модели.
2. Понятие общественных отношений. Возможность управления общественными отношениями в организации.
3. Способы минимизации корпоративных конфликтов.
4. Типы корпоративных конфликтов.
5. Влияние корпоративного управления на стоимость компании.
6. Структуры корпоративных отношений.
7. Особенности и модели корпоративного управления.
8. Российская модель корпоративного управления.
9. Критерии оценки уровня корпоративного управления.
10. Международные стандарты корпоративного управления.
11. Формы и виды корпоративного контроля.
12. Инструменты косвенного корпоративного контроля.
13. Кодекс корпоративного поведения: юридическая сила и практическая значимость.
14. Конфликт интересов при совмещении функций контроля и исполнения.
15. Корпоративная общественность в сфере PR.
16. Корпоративные отношения: правовое регулирование организационных форм. (по Гританс Я.Н.)
17. Доктрина «человеческих отношений» (М.Фоллет, Э.Мейл, Ф.Ротлисберг) как основа оптимизации корпоративных и межкорпоративных отношений.

18. Средства корпоративной информации в системе ПР.
19. Учет корпоративных факторов в выборе стратегии и тактики публичных отношений.
20. Публичные отношения как элемент маркетингового комплекса и средство маркетинговой коммуникации.
21. Анализ и прогноз в структуре ПР-деятельности.
22. Индивидуальный и корпоративный имидж: пути его формирования средствами ПР.
23. Основные этапы создания имиджа.
24. Технологии ПР: опыт классификации.
25. Каковы методы и формы деятельности пресс-служб?
26. Пресс-секретарь: функции, стиль деятельности, эффективность.
27. Какова профессиональная специализация работников пресс-служб?
28. Черты сходства и различия рекламы и ПР.
29. Подготовка к кризисным ситуациям в сфере публичных отношений.
30. В чем состоит коммуникативная стратегия управления кризисом?
31. Основные этапы кризисного менеджмента в ПР.
32. Подготовка плана ПР-кампании.
33. Организация и проведение ПР-кампании.
34. ПР в сфере экономики.
35. ПР в сфере политики.
36. ПР в органах государственной власти и управления.
37. Эффективность ПР: внутрисистемные и внесистемные факторы.
38. Истоки и причины противоречий в российских ПР.
39. Рынок ПР-услуг в современной России.

### **Примерный перечень вопросов на экзамен**

1. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
2. Репутация и имидж организации: черты сходства и различия.
3. Социальные предпосылки формирования имиджа средствами ПР.
4. Задачи, функции, структура отдела по СО в организации.
5. Организация работы корпоративного пресс-центра.
6. Интерактивный корпоративный Web-site. Композиция, основные рубрики и требования к корпоративным сайтам в Интернете.
7. Роль многотиражной «фирменной» прессы, электронных информационных бюллетеней и других видов коммуникаций во взаимоотношениях с персоналом.
8. Принципы коммуникации в условиях кризиса.



9. Построение эффективной системы мотивации в крупной компании.
10. Функции внутрикорпоративного PR
11. Управление корпоративными отношениями. Основные элементы корпоративного управления.
12. Связи с общественностью и организационные отношения.
13. PR-мероприятия и PR-технологии для работы с внутренней и внешней общественностью организации.
14. Организация, планирование связей с общественностью в управлении персоналом.
15. Связи с общественностью и управление конфликтами в организации. Связи с общественностью и антикризисное управление.
16. Понятие кризиса. Виды кризисов в организации.
17. Этапы антикризисного реагирования на микроуровне (организация).
18. Информационная деятельность во время кризиса.
19. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
20. Структура и работа PR-отдела в организации.
21. Требования к сотрудникам PR-отдела.
22. PR-инструменты и создание благоприятного климата в коллективе.
23. Кодекс корпоративной этики.
24. Мотивация к трудовой деятельности.
25. Социальное прогнозирование - один из важнейших методов управления.
26. Роль государства в регулировании корпоративного сектора.
27. Модели развития российской корпоративной культуры.
28. Содержание корпоративной культуры.
29. «Обратная связь» и слухи в организации.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **Основная литература.**

1. Корпоративное управление / Дементьева А.Г. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 496 с.: 60x90 1/16. - ISBN 978-5-9776-0431-4
2. Управление общественными отношениями / Мамедова Н.А., Кривова Т.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 92 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-105171-9 (online)

3. Шарков, Ф. И. Коммуникология [Электронный ресурс] : Энциклопедический словарь-справочник / Ф. И. Шарков. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 768 с. - ISBN 978-5-394-02169-5.

4. Управление персоналом [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Под общ. ред. Г. И. Михайлиной. - 3-е изд. - М. : Дашков и К

#### **Дополнительная литература**

1. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.:

2. Методы социологического исследования: Учебник / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко - М.: ИНФРА-М, 2013. - 768 с.:

3. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 205 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0094-3

4. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 207 с.: ISBN 978-5-9558-0071-4

#### **Интернет ресурсы**

1. <http://elibrary.ru/> – крупнейший российский информационный портал
2. <http://www.edu.ru/> – федеральный образовательный портал
3. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) - сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы.
4. [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru) - крупнейшая библиотека публикаций по менеджменту, маркетингу, карьере, финансам, бизнес-образованию.
5. [www.marketcenter.ru/](http://www.marketcenter.ru/) - информационный портал межрегионального делового сотрудничества
6. [www.cfin.ru/](http://www.cfin.ru/) - библиотека управления

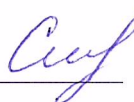
## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

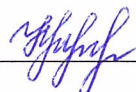
### **ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

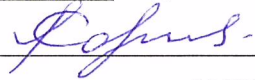
Аудитория 229-3, оснащенная мультимедийным оборудованием и выходом в интернет

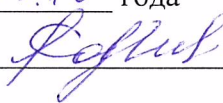


Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил ст. преподаватель кафедры ЖРСО Смылова Л.В. 

Рецензент  
(представитель работодателя)  Марина И.И., к.гум.н., доц. каф. ЖРСО  
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО  
Протокол № 1 от 29.08.16 года  
Заведующий кафедрой  Говердовская-Привезенцева С.А.  
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Протокол № 1 от 29.08.16 года  
Председатель комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А.  
(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_