

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.25.08 «Управление персоналом и внутренние коммуникации (HR and internal communications)»

**Автор – составитель:**

Заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций, к.э.н. М.В. Захарова

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:** формирование способности участвовать в разработке и планировании коммуникационных кампаний на международных рынках с использованием актуальных инструментов продвижения

**План курса:**

<b>Theme 1. Introduction</b> The role and place of internal communications in the management system. Relevance of internal communications for modern Russian and international companies. PR and HR-differentiation of functionality.
<b>Theme 2. Internal environment of the organization</b> Types of organizational structures – functional, divisional structures, product structures, regional structures, customer-oriented structures, adaptive structures, and so on. Bureaucracy and democracy in an organization. Leadership style and the role of top management line managers in successful internal communications.
<b>Theme 3. Internal target audiences</b> Motivations. Feedback system. Internal segmentation of employees. A brief overview of relevant motivational theories. Changing perceptions of the importance of career and family values at different stages of the life cycle. Feedback systems and their role in internal communications.
<b>Theme 4. An overview of the research methods to internal audiences</b> Evaluating employee engagement. Measurements and surveys as a tool for evaluating the effectiveness of engagement and internal communications. Methods, techniques, and technologies.
<b>Theme 5. Corporate values and corporate culture</b> Models of corporate cultures. Types of corporate values, how corporate values are formed and formulated. Dependence of the external image of the company as an employer on the internal atmosphere in the company.
<b>Theme 6. Internal communication channels and tools</b> Corporate mass media and introduction to a variety of internal communication tools in the company. Complexity and selection of optimal communication channels. Building a corporate media system in the company. Working with corporate media content. The specificity of the content of domestic media. Unlike "traditional media". Secrets of effective internal corporate events. The balance of content and entertainment. The role of creative solutions and engagement.
<b>Theme 7. HR Brand</b> The concept and content of the organization's HR Brand. Approaches to research the organization's HR Brand. The role and significance of the HR Brand in the organization's personnel management system. Main attributes, platform, and architecture. Building and

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.25.08 «Управление персоналом и внутренние коммуникации (HR and internal communications)» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся: Group presentation: This will cover the learning in the module so far.

Промежуточная аттестация проводится в следующей форме: Individual presentation and reflective report 3,000 words

### **Основная литература:**

1. Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-394-03152-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85162.html>
2. Формирование бренда предприятия: учебное пособие / О. В. Бондарская, Бондарская Т. А., Р. Г. Гучетль, Попова Г. Л. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 213 с. — ISBN 978-5-8265-1704-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85983.html>
3. Грошев И. В. Системный бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с. — ISBN 978-5-238-02203-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71225.html>
4. Дробо Кевин Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Кевин Дробо; перевод Ю. Орлова. — Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019. — 292 с. — ISBN 5-9614-0109-X. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82485.html>