**Аннотация дисциплины майнора**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название майнора | **Коммуникации в бизнесе** | | |
| Название дисциплины | **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ** | | |
| Пререквизиты | Нет | | |
| Число кредитов | 5 | | |
| Общее число часов | Число аудиторных часов | Число часов для самостоятельной работы | Всего часов |
| 60 | 130 | 190 |
| Описание целей дисциплины | Целями освоения дисциплины являются:   1. Формирование у студентов системы представлений о сущности внутриорганиазционных коммуникаций, системы ценностей, реализуемой в рабочих отношениях, коммуникативной природе всех видов профессиональной деятельности; 2. Приобретение знаний и развитие навыков в области техник непосредственной коммуникации, формированию целенаправленной коммуникации, прогнозу и оценке ее эффективности; 3. Развитие опыта создания индивидуальной коммуникативной манеры, оценки ее адекватности конкретным условиям и задачам, развитие персонального профессионального коммуникативного стиля | | |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | В результате освоения дисциплины студент будет  - способен грамотно строить коммуникацию в зависимости от профессиональных ситуаций общения;  - способен к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций;  - способен воспринимать, перерабатывать и создавать тексты разных жанров и форматов для разных целевых аудиторий. | | |
| Содержание дисциплины | **Тема 1. Корпоративная культура как коммуникативный интегратор**  Образ компании и корпоративный бренд как культурные символы. Разнообразие корпоративных культур и практическое применение типологий корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры. Коммуникативная природа корпоративной культуры. Трансляция характера бренда внутрь компании. Коммуникативные практики обсуждения характеристик бренда работниками. Актуальные практики применения метафор в корпоративных обсуждениях.  Практикум: портрет организации: тренинг структурирования представлений о содержании корпоративной культуры.  **Тема 2. Корпоративная идентичность и ее проявление в системе коммуникаций**  Работники как носители и создатели корпоративной культуры, формирование коммуникативной идентичности работников. Корпоративные компетенции и их реализация в ежедневной рабочей практике. Формы и проявления лояльности работников. Маркеры лояльности и их применение в управлении персоналом. Вовлеченность работников как ключевая задача корпоративной культуры. Актуальные формы развития вовлеченности: геймификация и краудсорсинг. Признаки формирования корпоративного гражданства. Позиционирование персональной ответственности. Корпоративные формы проявления проактивности. Коммуникативная активность как отражение лояльности, вовлеченности и ответственности.  Практикум: Сотрудник организации: идентификация и специфика, уникальность и узнаваемость.  **Тема 3. HR как интегратор системы внутренних коммуникаций**  Роль системы внутренних коммуникаций в развитии корпоративного имиджа. HR-бренд как коммуникативная модель. Ценностное предложение и его трансляция посредством новых медиа. Коммуникативный менеджмент как задача системы управления персоналом. Коммуникативные функции и новые корпоративные роли: сторитейлинг, модерация, фасилитация, коучинг. Коммуникативный цикл работника: от резюме до рекомендаций. Роль HR специалистов в развитии корпоративного имиджа работника. Структура корпоративных коммуникационных ресурсов и практика их использования.  Практикум: Модель коммуникаций в решении рабочих задач.  **Тема 4. Специфика кросс-культурных коммуникаций в организации**  Этика в кросс-культурном и международном аспектах. Актуальные концепции культурных различий. World Values Survey (WVS), GLOBE project. Культурные факторы коммуникации. Специфические особенности, возможности и ограничения, связанные с культурой, культурно обусловленные установки и стереотипы. Cultural Intelligence (CQ). Лидерство в мультикультурных командах. Особенности воздействия и мотивации работников, принадлежащих разным культурам. Расстановка приоритетов в целях межкультурного общения в организации. Межкультурный проект: ресурсы, управление, трансграничная коммуникация.  Деловая игра: Этика и практика кросс-культурных отношений.  **Тема 5. Рабочее взаимодействие и межличностные коммуникации**  Организационный контекст: сущность, структура, формы влияния на индивидуальное поведение. Виды рабочего взаимодействия. Непосредственные и опосредованные коммуникации, удаленные формы сотрудничества. Форматы рабочего взаимодействия: ролевое, коллегиальное, личностное. Возможности и ограничения в области рабочей межличностной коммуникации. Установки и стереотипы как факторы межличностного взаимодействия. Формы неадекватного рабочего взаимодействия: дискриминация и моббинг, механизмы противостояния и предотвращения. Критерии эффективных рабочих отношений.  Тренинг: Рабочая группа: от создания к функционированию.  **Тема 6. Коммуникационная основа личного бренда: структура, построение, управление**  Личный бренд – от имиджа к репутации. Я-концепция как основа персонального бренда. Формирование представлений о персональной миссии и ценностях, их соответствии ожиданиям групп в структуре персональной коммуникации. Определение оптимального контента позиционирования. Коммуникативное пространство персонального профессионального бренда. Зона ближайшего развития и редактирование личного бренда. Принципы и правила формирования персонального бренда. Коммуникация как форма продвижения и коррекции персонального бренда. Ресурсное состояние и его использование в коммуникации.  Тренинг: Эффективная презентация.  **Тема 7. Этика непосредственной коммуникации: деловая переписка, переговоры, телефон, совещания**  Этические дилеммы и принципы непосредственной коммуникации. Проблемы формирования и развития доверия. Индивидуальные факторы адекватности позиции в коммуникации. Предикторы этической позиции в непосредственной коммуникации. Общекультурные нормы непосредственной коммуникации. Корпоративные стандарты ведения переписки, переговоров, встреч. Типология нарушений коммуникативных правил и норм. Организационные и профессиональные санкции, обеспечивающие нормативность коммуникации.  Практикум: Применение навыков непосредственной коммуникации.  **Тема 8. Стрессовые и кризисные внутриорганизационные коммуникации: типология, специфика управления**  Природа стресса. Коммуникативные факторы стресса. Стресс как интерпретация ситуации: требование, вызов, неопределенность. Коммуникативные маркеры стресса. Признаки кризисной коммуникативной ситуации. Принципы кризисной коммуникации. Ситуационная и коммуникативная роли в кризисной коммуникации. Технологии удержания цели в кризисной коммуникации. План развертывания коммуникации в условиях потенциального/реального конфликта. Типология противоречий. Правила поведения в кризисной ситуации, принципы ведения переговоров. Методы преодоления коммуникативного кризиса: дискурс-анализ, нарратив.  Тренинг: Переговоры в проблемной зоне: от претензий к сотрудничеству.  **Тема 9. Эффективная лингвистика: оптимальное речевое формулирование для достижения коммуникативных целей**  Ключевые лингвистические категории, значимые для любых коммуникативных контекстов. Жанр  как совокупность композиции, содержания и стиля. Структура речевого произведения, оптимальные способы логической связи идей и суждений. Структура суждения, типичные способы оценки, передача имплицитных смыслов, использование метафор. Выбор оптимального регистра по линии «формальность-неформальность». Типовые коммуникативные задачи.  Практикум: Анализ речевого поведения. Оптимизация речевого поведения в различных коммуникативных ситуациях.  **Тема 10. Индивидуальная коммуникативная сеть как база карьерного капитала**  Карьерный капитал: структура, функции, реализация. Карьерные компетенции как основа формирования карьерного капитала. Структура карьерных компетенций: соотношение интеллектуального и коммуникативного компонентов. Модели карьерных компетенций. Определение содержания и адресата дискурса. Структурирование индивидуальной коммуникативной сети. Коммуникативные роли в современной сетевой коммуникации. Статус участника коммуникационной сети. Персональный социальный капитал и его использование.  Тренинг: Обратная связь: источники, характеристики, формы использования. | | |
| Методы обучения | Дисциплина предусматривает использование таких образовательных технологий как:  - технологии активного обучения (интерактивные лекции, мастер-классы, тренинги, практикумы);  - технологии презентации результатов самостоятельной работы с литературой;  - технологии составления портфолио и самооценки коммуникативного потенциала. | | |
| Система формирования оценок по дисциплине | Оценивание знаний проводится по десятибалльной шкале и по накопительной системе. Методика формирования результирующей накопленной оценки прописана в рабочей программе дисциплины. | | |
| Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | ***Базовые учебники***:   1. Деловые коммуникации. Учебник для бакалавров. Ратников В.П. - Отв. ред. // https://biblio-online.ru/book/DCF213A3-615E-46D5-9A31-BF759CF4270D 2. Основы интегрированных коммуникаций. Учебник и практикум для академического бакалавриата / Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. // https://biblio-online.ru/book/CCFAF39E-5EEE-45A9-9A6B-5DBFED967E67   ***Основная литература***:   1. Мясоедов С.П., Борисова Л.Г. Кросс-культурный менеджмент. 3-е изд. Учебник для бакалавриата и магистратуры. – Москва, РАНХиГС, 2015.- 314 с. 2. Сидорская И. В. Внутриорганизационная коммуникация. Учебно-методический комплекс. – Минск, Изд-во БГУ, 2015 / http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/114011/1/Sidorskaya.pdf 3. Чернявская В.Е., Молодыченко Е.Н. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе. М.: ЛЕНАНД, 2017. 176 с. 4. Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом. М.: Юрайт, 2018. С. 255 // https:// www.culturalnet.ru/main/getfile/278 | | |
| Преподаватели | Кудрявцева Е.И., Морозов М.А., Молодыченко Е.Н., Чичерина Н.В, Фалькова Е.Г. | | |