** ПРОЕКТ НОВОЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ **

**Интегрированные внутренние коммуникации и вовлеченность персонала**

**2016-2017гг.**

**БЛОК I Цели, задачи и основные определения курса**

**Тема 1. Введение. Содержание, цели и задачи курса**. (*Татьяна Эндеко, Русские машины*)

**Часть 1.** Экономические предпосылки роста актуальности внутренних коммуникаций (IC). Психологические и физиологические предпосылки роста эффективности IC.

**Часть 2**. Основные тенденции развития IC в мире. Исследования сектора в России и мире. Исследование АКМР «Корпоративные коммуникации в России», исследование Gatehouse и др.

**Тема 2. Основные понятия и определения\***

**Часть 1.** Корпоративная культура, этический кодекс, корпоративные ценности, вовлеченность персонала. Треугольник корпоративной культуры.

**Часть 2.** Внутренние коммуникации как функция в организации и ее содержание. Основные определения и типы коммуникаций.

## Тема 3. Организационная структура внутренних корпоративных коммуникаций. *\**

**Блок 1.** Организационные и функциональные основы управления вовлеченностью и внутренними коммуникациями. Основные тенденции в России и за рубежом. Функционально-матричное управление. Кросс-функциональное взаимодействие.

**Блок 2.** Актуальные кейсы.

**Тема 4. Типология и особенности корпоративной культуры** *(Ася Векслер, ВШЭ)*

**Часть 1** Типы организационных структур и модели корпоративных культур.   
Как корпоративная культура работает на бизнес-цели компании.

**Часть 2** Типы организационной культуры М. Бурке Г. Хофстеда, Т. Дила и А. Кеннеди, Р. Блейка и Дж. Моутон, С. Ханди, К. Камерона и Р. Куинна.

**БЛОК II Персонал - целевая аудитория внутрикорпоративного PR**

**Тема 5. Внутренние целевые аудитории и таргетирование.**

**Часть 1.** Таргетирование и сегментация внутренних целевых аудиторий. Теория и особенности поколенческих различий (X, Y, Z). Разработка ценностных профилей.

**Часть 2.** Определение мотивационных стратегий для конкретных целевых аудиторий. Основные элементы и технологии реализации коммуникационных стратегий. Постановка SMART-целей

**Тема 6. Система нематериальной мотивации**

**Часть 1.** Особенности мотивации и демотивации сотрудника. Формирование системы «немонитарной» мотивации как инструмента внутренних коммуникаций: прошлое, настоящее, будущее. Связь материальной и нематериальной мотивации.

**Часть 2.** Типичные и нетипичные виды нематериальных вознаграждений. Коммуникационная поддержка системы нематериальной мотивации.

**Тема 7. Управление по ценностям.** *(Татьяна Эндеко, Русские машины)*

**Часть 1.** Корпоративные ценности как основа принятия управленческих решений в компании. Актуальные тенденции и кейсы.

**Часть 2.** Управление идеями и роль коммуникаций. Система бережливого производства Toyota.

**Тема 8. Вовлеченность персонала (***ТатьянаЭндеко, Русские машины)*

**Часть 1.** Связь поведения работника с эффективностью бизнеса. Вовлеченность персонала: история возникновения и современные исследования.

**Часть 2.** Измерения и оценка вовлеченности.

## Тема 9. Система обратной связи с сотрудниками (*Ирина Архипова, Кока-Кола).*

## Часть 1 Формирование комплексной системы обратной связи с сотрудниками От "случайных контактов" к "постоянным отношениям" Интересы различных категорий сотрудников и заинтересованность компании.

## Часть 2 Эффективные инструменты - для различных аудиторий. Ведение и контроль за обращениями. Обратная связь - инструмент оценки эффективности внутренних коммуникаций и ориентир для разработки новых программ.

**Тема 10. Корпоративное волонтерство как поддержка КСО организации и HR- стратегии компании** *(\*)*

**Часть1.** Корпоративное волонтерство. Цели, задачи, организационная структура, инструменты. Управление Корпоративным волонтерством. КВ как инструмент HR management и повышения качества персонала.

**Часть 2.** Корпоративное волонтерство как целей КСО организации. КСО: основные понятия и элементы. Социальная миссия организации, ее трансляция в ценности и этический кодекс, рабочие процессы в организации. Связь КСО и вовлеченности персонала.

## БЛОК Ш Каналы и инструменты внутренних коммуникаций.

**Тема 11. Внутренний маркетинг**. (*Ирина Архипова, Кока-Кола).*

**Часть 1** Маркетинг персонала. HR-бренд. Основные аттрибуты, платформа и архитектура. Построение и развитие HR-бренда. Влияние HR-бренда на качество трудовых ресурсов. EVP. Актуальный кейс.

**Часть 2** Кросс-культурные коммуникации в мультинациональных компаниях.

## Тема 12. Каналы и инструменты внутренних коммуникаций*. ( 1. Ирина Архипова, Кока-Кола, 2. Юлия Терещенко, МТС)*

**Часть 1.**  Интегрированные маркетинговые коммуникации: комплексность и выбор. Оценка эффективности. Основные тенденции. Сетевой подход. Визуализация. Геймофикация. Акционизм.

**Часть 2** Инструменты и каналы внутренних коммуникаций в организации. Медийные и немедийные коммуникации. Event –мероприятия. Agency management.

**Тема 13. Медийные коммуникации.** *(Лариса Рудакова, Медиалайн)*

**Часть 1.** Корпоративные медиа. Идеология, архитектура, основные форматы, контент, обратная связь. Электронные корпоративные СМИ.

**Часть 2.** Storytelling и copywriting.Организационная структура и управление корпоративными медиа.

**Тема 14. Прямые (персонифицированные) коммуникации**. *(Татьяна Эндеко, Русские машины)*

**Часть 1**. Коммуникационная поддержка рабочих процессов в компании. Каскадирование целей. Основные каналы, форматы, контент, обратная связь. Производственная система бережливого производства.

**Часть 2.** Социальное партнерство как основа современного подхода к взаимодействию с персоналом. Ключевые тенденции. Организационная структура. Основные техники и подходы. Актуальные кейсы.

**Тема 15. Диджитал коммуникации и new media.** *(Юлия Терещенко, МТС)*

**Часть 1.** Корпоративная он-лайн среда и он-лайн-инструменты. Корпоративные диджитал-стратегии. Построение внутренних коммуникаций в виртуальных командах: актуальный кейс.

**Часть 2.** Цифровое рабочее место. Интранет. Социальные корпоративные сети и комплексные он-лайн проекты.

## БЛОК IV Коммуникации в период трансформаций (Change communications)

## Тема 16. Внутрикорпоративные коммуникации в период кризиса

## *(Лев Кошляков, экс зам. генерального директора Аэрофлот)*

## Часть 1. Определение кризиса и типов реагирования. "Красная папка" кризиса. Роль внутренних коммуникаций в период кризиса. Функции корпоративных медиа (портал, блоги/соцсети, видео, Интранет, стенды, газеты, журналы). Технологии прямых коммуникаций руководства (обращения, видео-выступления, письма). Роль сотрудников в период кризиса. Как работать со слухами.

## Часть 2. Актуальные кейсы.

## Тема 17. Коммуникации изменений. *(Лев Кошляков, экс зам. генерального директора Аэрофлот)*

## Часть 1. Внутренние коммуникации в процессе трансформаций компаний. Слияния и поглощения.

**Часть 2.** Актуальный кейс. Аэрофлот: трансформация из производственно-ориентированной в клиентоориентированную компанию.