

**Программа учебной дисциплины «Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде. Коммуникации в сфере благотворительности»**

Утверждена  
Академическим советом ОП «Интегрированные коммуникации»  
Протокол № 4 от «15» мая 2019 г.

Разработчик	Якушкин Дмитрий Дмитриевич, <a href="mailto:dyakushkin@hse.ru">dyakushkin@hse.ru</a> . Тихомиров Вячеслав Валерьевич, <a href="mailto:slava.tikhomirov@gmail.com">slava.tikhomirov@gmail.com</a>
Число кредитов	6
Контактная работа (час.)	40
Самостоятельная работа (час.)	228
Курс, Образовательная программа	2-ой курс, программа "Интегрированные коммуникации" по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистратура
Формат изучения дисциплины	без использования онлайн курса

### **1. Цель, результаты освоения дисциплины и пререквизиты**

1.1 Целями освоения первой части дисциплины – «Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде» – является овладение базовыми теоретическими и практическими знаниями в области публичных коммуникаций. Актуальность темы обусловлена информационной открытостью современных обществ.

В результате освоения дисциплины студент получит представление о роли публичных коммуникаций в современном мире, преимуществах эффективной и творческой информационной политики, будет разбираться в методах налаживания системы эффективных коммуникаций, ознакомится с практическим опытом принятия оптимальных коммуникационных решений, научится взаимодействовать с различными аудиториями, поддерживать диалог со СМИ и другими стейкхолдерами, в частности, в условиях кризисных ситуаций.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих базовых дисциплинах:

- Теория и методология современной коммуникативистики

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Управление интегрированными коммуникационными кампаниями

1.2 Целями освоения второй части дисциплины – «Коммуникации в сфере благотворительности» - являются изучение практических аспектов эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области коммуникации и взаимодействия корпоративного, государственного и гражданского секторов; изучение основных академических дискуссий и современных методологий в области подготовки и реализации коммуникационных кампаний в сфере благотворительности, корпоративной социальной ответственности, некоммерческих и неправительственных организаций (НКО и НПО).

Изучение данной дисциплины базируется на следующих базовых дисциплинах:

- Теория и методология современной коммуникативистики.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Интернет-маркетинг
- Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО организации
- Планирование и реализация кампаний в области рекламы и СО

## 2. Содержание учебной дисциплины

### 3.

Тема (раздел дисциплины)	Объем в часах <sup>1</sup>	Планируемые результаты обучения (ПРО), подлежащие контролю	Формы контроля
	Лк		
	См		
	Ср		
<b>Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде</b>			
Тема 1. Введение в тему. Практическая польза эффективных коммуникаций. Мировой и российский контекст сегодня.	2	Понимает критерии эффективности коммуникационной политики	Эссе на несколько тем по выбору, связанных с донесением конкретного сообщения
	2		
	20		
Тема 2. «Базовые правила» коммуникаций, навыки общения с различными аудиториями	2	Реализует навыки взаимодействия с внешними и внутренними аудиториями	Эссе на тему «заинтересованных лиц»
	2		
	20		
Тема 3. Коммуникации в публичных компаниях как пример структурированной информационной политики	2	Применяет правила, по которым живут публичные компании, в широком контексте	Эссе на тему эффективной коммуникационной стратегии
	2		
	15		
Тема 4. Роль «первого лица» в коммуникационной работе	2	Реализует ответственность лидера компании или руководителя	Эссе на тему эффективного позиционирования «первых лиц.
	2		
	10		

		общественного института	
Тема 5. Компании-лидеры в области коммуникационной. Разбор примеров.	2	Различает	Домашняя работа
	2	практические	
	25	результаты	
		коммуникационной деятельности	
<b>Коммуникации в сфере благотворительности</b>			
Тема 1. Введение: специфика коммуникаций в некоммерческом секторе. Знакомство с участниками курса.	2	Действует согласно	Устная работа на занятиях
	2	специфики	
	20	деятельности	
		некоммерческих организаций и многообразия коммуникационных процессов	
Тема 2. Структура некоммерческого сектора в России.	2	Действует согласно	Устная работа на занятиях
	2	пониманию структур	
	30	НКО сектора и	
		способность оперирует основными понятиями	
Тема 3. Коммуникационные практики российских и международных некоммерческих организаций.	2	Учитывает	Контрольная работа
	2	положительный и	
	20	отрицательный опыт	
		российских и иностранных НКО в аспекте эффективности коммуникаций	
Тема 4. Проблематика финансирования социально полезных инициатив.	2	Учитывает специфику	Устная работа на занятиях
	2	финансирования и	
	14	фандрайзинговых	
		коммуникаций	
Тема 5. Коммуникационная стратегия социальной инициативы /	2	Готовит и детально	Защита проекта в группах
	2	представляет	
	14	комплексную	

благотворительного фонда		коммуникационную стратегию для НКО	
<b>Часов по видам учебных занятий:</b>	<b>20 лк</b>		
	<b>20 см</b>		
<b>Итого часов:</b>	<b>188</b>		

Формы учебных занятий:

лк – лекции в аудитории;

см - семинары/ практические занятия/ лабораторные работы в аудитории;

ср – самостоятельная работа студента.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде.**

**Занятие 1. Введение в тему.** Презентация программы курса в целом и распределение тем по занятиям. Объяснение практической пользы изучения данной дисциплины. Описание области применения. Знакомство с терминами, история вопроса. Мировой и российский контекст сегодня. Коммуникации как важнейшая функция любого института. Цели, механизмы. Характеристика аудиторий. Расширение круга «заинтересованных лиц». Создание репутации, преодоление кризисов, решение стратегических и тактических задач, укрепление имиджа и выполнение других задач, которые обеспечивают коммуникации. Как сделать коммуникации эффективными.

**Занятие 2. Базовые правила коммуникаций.** Работа с разными аудиториями. Понятие «заинтересованных» лиц как подспорье в коммуникационной политике. Взаимодействие со СМИ. Коммуникации в кризисных ситуациях.

**Занятие 3. Коммуникации в публичных компаниях как пример структурированной информационной политики.** Не опция, а «образ жизни» и способ развития. Требования рынка раскрывать любую *существенную* информацию.

**Занятие 4. Роль «первого лица» в коммуникационной работе.** Наиболее яркие примеры в этой области. Правила работы с «главным заказчиком».

**Занятие 5. Компании-лидеры в области коммуникационной политики.** Анализ методов их работы. Разбор примеров успешных и неудачных коммуникаций.

#### **Коммуникации в сфере благотворительности**

**Занятие 1. Введение: специфика коммуникаций в некоммерческом секторе.** Знакомство с участниками курса. Обзор зарубежных и российских PR-практик. Разбор кейсов. Каннские львы в номинации Social.

**Занятие 2. Структура некоммерческого сектора в России.** Развитие НКО в РФ, современная ситуация, перспективы, тренды.

**Занятие 3. Коммуникационные практики российских и международных некоммерческих организаций.** Разбор кейсов. Каннские львы в номинации Social.

**Занятие 4. Проблематика финансирования социально полезных инициатив.** Фандрайзинг и коммуникации в сфере финансирования НКО.

**Занятие 5. Коммуникационная стратегия социальной инициативы / благотворительного фонда.** Работа в группах по подготовки стратегий.

#### 4. ОЦЕНИВАНИЕ

**Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде.**

Уровень знаний по предложенной теме будет оценен по результатам активности на лекциях и практических занятиях, выполнению письменных заданий и ответах на экзамене.

Текущий контроль в форме обсуждения, разбора и оценки письменных работ будет осуществляться на каждом занятии, начиная со второго. Всего студентам будет предложено выполнить 4 письменных работы каждая объемом не больше 2 печатных страниц. Оценка за работу будет выставляться на основе следующих критериев: соответствия работы заданию, логики изложения, грамотности, убедительности и оригинальности приведенных аргументов.

Накопленная оценка будет выставлена по итогам активности на лекциях, работы на семинарах и оценки за письменные работы и доведена до сведения студентов до экзамена.

Оценка за экзамен будет выставляться на основе следующих критериев: понимание и усвоение тем, обсужденных на лекциях и практических занятиях, а также умения использовать навыки взаимодействия с различными аудиториями.

Промежуточная оценка 1 по данной части курса формируется следующим образом:

$$O_{\text{промежуточная 1}} = 0,6 * O_{\text{накопленная}} + 0,4 * O_{\text{итоговая домашняя работа}}$$

$$O_{\text{накопленная}} = 0,4 * O_{\text{семинары}} + 0,3 * O_{\text{эссе}}$$

Где

$O_{\text{промежуточная 1}}$  – оценка за первую часть курса «Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде»

$O_{\text{накоп}}$  – накопленная оценка (включает  $O_{\text{сем}}$  и  $O_{\text{эссе}}$  с коэффициентами);

$O_{\text{сем}}$  – оценка за работу на семинарских занятиях;

$O_{\text{эссе}}$  – оценка за письменные работы в течение курса

*О домашняя работа* – оценка за итоговую домашнюю работу в устной форме

Оценки за работу на семинарских занятиях, за усвоение лекционного материала, за домашнюю работу составляют накопленную оценку, которая округляется - способ округления: арифметический – до целого. Результирующая оценка также округляется, способ округления: арифметический – до целого.

## **Коммуникации в сфере благотворительности**

Текущий контроль знаний по дисциплине «Коммуникации в сфере НКО» осуществляется в виде контрольной работы (защита проекта). Оценка по всем формам текущего контроля выставляется по 10-ти балльной шкале. Итоговый контроль знаний по дисциплине «Коммуникации в сфере НКО» проводится в устной форме.

Промежуточная оценка 2 по данной части курса формируется следующим образом:

$$O_{\text{промежуточная 2}} = O_{\text{накопленная}} * 4 + 0,6 * O_{\text{экзамен}}$$

$$O_{\text{накопленная}} = 0,3 * O_{\text{аудит}} + 0,7 * O_{\text{контрольная работа}}$$

Где

$O_{\text{промежуточная 2}}$  – оценка за первую часть курса «Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде»

$O_{\text{накоп}}$  – накопленная оценка;

$O_{\text{аудит}}$  – оценка за работу на семинарских занятиях;

$O_{\text{контрольная работа}}$  – оценка за контрольную работу

$O_{\text{аудит}}$  складывается из оценки активности студентов на семинарских занятиях

$O_{\text{конт. раб}}$  оценивается по 10-балльной системе

Структура оценки за экзамен:

$O_{\text{экзамен}}$  (оценка за экзамен) – экзамен проводится в форме устной форме.



Итоговая оценка по дисциплине «Лучшие практики публичных коммуникаций в корпоративной и государственной среде и Коммуникации в сфере благотворительности» выставляется по формуле:

$$O_{\text{итоговая}} = O_{\text{5 промежуточная 1}} + O_{\text{5 промежуточная 2}}$$

При выставлении результирующей оценки в баллах ВШЭ используется арифметическое округление.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Базовый учебник

Нет.

### Рекомендуемая литература

1. Elmer Wheeler. Tested Public Speaking. - Golden Springs Publishing, 2014. - URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibraryebooks/detail.action?docID=4807509> - ProQuest Ebook Central - Academic Complete
2. Speak with Confidence: Powerful Presentations That Inform, Inspire, and Persuade. Booher Consultants, Inc., 2003. - URL: <https://library.books24x7.com/toc.aspx?bookid=18473> - Books 24x7 Business Pro Collection
6. William Safire. Lend Me Your Ears. Great Speeches in History - RosettaBooks2014. – URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibraryebooks/detail.action?docID=5503174> – ProQuest Ebook Central – Academic Complete

## 6. Программное обеспечение

№п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

## 7. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
------	--------------	----------------------------

1.	Электронная библиотека Grebennikon	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Электронно-библиотечная система <a href="#">Books 24x7 Business Pro Collection</a>	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

а. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:
- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

## **8. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

i. для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

ii. для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

iii. для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.