Вопросы к экзамену по дисциплине

«Корпоративные коммуникации и корпоративная социальная ответственность»

для обучающихся по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль «Связи с общественностью»

1. Роль и место внутриорганизационных коммуникаций в общей работе организации. Функции внутриорганизационных коммуникаций.

2. Взаимодействие PR отделов с другими подразделениями и руководством организации.

3. Мотивация и коммуникация внутри организации. Каким образом связаны система мотивации персонала и система внутрикорпоративных коммуникаций?

4. Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью (модель RACE).

5. Корпоративная культура и ее роль в организациях.

6. Корпоративная культура. Опишите различные научные подходы к пониманию природы происхождения корпоративной культуры, этапам становления (развития) и методам формирования (управления) корпоративной культуры в организациях.

7. Модели корпоративной культуры. Примеры классификаций, их принципиальные отличия, набор определяющих критериев.

8. Влияние стиля руководства на формирование корпоративной культуры. Классификация стилей руководства.

9. Типы культурной компетенции персонала и программы адаптации и интеграции персонала как один из факторов определяющих эффективность корпоративной культуры.

10. Внутриорганизационные субкультуры. Виды, характерные особенности, принципы взаимодействия с основной организационной культурой.

11. Методы и подходы к изучению и классификации элементов корпоративной культуры. Расскажите о следующей классификации элементов корпоративной культуры: нормативно-правовые, образно-символические и визуальные (фирменный стиль).

12. Миссия и видение как важнейшие элементы корпоративной культуры. Расскажите о следующей классификации миссий: общечеловеческое предназначение, главная стратегическая цель, рекламная акция, национальная идея.

13. Корпоративное кредо, корпоративная философия и корпоративный путеводитель как элементы корпоративной культуры.

14. Образно-символические элементы корпоративной культуры. Мифы, истории и легенды (storytelling). Функции, отличительные особенности, тематика, принципы применения.

15. Перформансные коммуникации, как элемент корпоративной культуры. Обряды, ритуалы, церемонии. Определения, функции, классификации.

16. Визуальные элементы корпоративной культуры. Фирменный стиль. Понятие, составляющие фирменного стиля, правила разработки и контроль за использованием элементов фирменного стиля.

17. Название организации, как один из важнейших компонентов фирменного стиля. Функции, классификация форм названий и возможных языковых приемов.

18. Слоган и девиз организации, как важный элемент корпоративной культуры. Функции, отличительные особенности внутрикорпоративного девиза от рекламного слогана.

19. Логотип организации, как один из важнейших компонентов фирменного стиля. Внутрикорпоративные функции, классификация форм.

20. Фирменный шрифт, фирменная цветовая гамма. Использования элементов фирменного стиля при оформлении интерьеров компании, в форме персонала, в документации и т.д.

21. Корпоративные сувениры и подарки, как элемент корпоративной культуры. Виды, функции, особенности изготовления и распространения.

22. Система внутрикорпоративных коммуникаций. Перечислите основные подходы к анализу корпоративных коммуникаций, опишите их основные принципы. Перечислите виды внутрикорпоративных коммуникаций.

23. Устные коммуникации. Какие технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью опираются на устную коммуникацию?

24. Письменные коммуникации. Каналы и инструменты письменных корпоративных коммуникаций.

25. Игровые технологии и методики во внутрикорпоративных коммуникациях. Ролевая, деловая и имитационная игры, конкурсы и соревнования.

26. Мультимедийные коммуникации во внутрикорпоративных связях с общественностью. Функции, используемые инструменты и технологии.

27. Спонсорство, волонтерство, программы социальной ответственности для формирования положительного корпоративного имиджа.

28. Роль корпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа организации. Корпоративные СМИ: виды, задачи, функции.

29. Анализ эффективности внутриорганизационных коммуникаций. Основные критерии оценки, особенности существующих методик.

30. Внутрикорпоративные коммуникации в условиях кризиса.