

**Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«ПРО.РАЗВИТИЕ»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ДПО «ПРО.РАЗВИТИЕ»

Мыльникова Ю.Ю.

«07» сентября 2026 года

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«Основы построения коммуникаций»**

г. Ижевск, 2026 г.

1. Пояснительная записка

Дополнительная общеразвивающая программа «Основы построения коммуникаций» направлена на развитие знаний и практических навыков эффективного общения, культуры речи, умения понимать и передавать информацию, выбирать подходящие способы взаимодействия и конструктивно действовать в различных коммуникативных ситуациях в организации.

Программа имеет общеразвивающую направленность и не предусматривает присвоения квалификации, освоения профессионального стандарта или подготовки к выполнению конкретного вида профессиональной деятельности.

Внутренние коммуникации компании – это ключевой элемент ее успешного функционирования. Они необходимы для эффективного взаимодействия между сотрудниками и руководством, поддержания корпоративной культуры, информирования о целях и задачах компании, а также для сбора обратной связи и снижения уровня стресса. Они обеспечивают единство действий, повышают вовлеченность персонала и способствуют достижению общих целей организации.

2. Цель программы

Обучить слушателей анализировать состояние системы внутренних коммуникаций и выбирать самые эффективные каналы коммуникации для организации.

3. Задачи программы

- Освоить теоретические основы внутренних коммуникаций организации и современных технологий, применяемых в управлении;
- Познакомить с основными каналами и инструментами внутренних коммуникаций;
- Изучить особенности управления внутренними коммуникациями;
- Овладеть умением анализировать коммуникативную ситуацию в организации, прогнозировать пути эффективного построения коммуникативных потоков;
- Изучить методы работы в случае возникновения кризисных ситуаций, а также эффективное управление коммуникацией в периоды нестабильности.

4. Категория обучающихся

Программа предназначена для граждан, желающих расширить знания и развить навыки общения, построения внутренних коммуникаций в организации.

Требования к наличию определенного уровня образования не предъявляются.

5. Форма обучения

Форма обучения — заочная с применением исключительно дистанционных образовательных технологий. Программа может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Язык обучения — русский.

6. Срок и объем освоения программы

Объем программы составляет 36 академических часов, включая 29 академических часов учебной нагрузки (18 часов теории и 11 часов практики) и 7 академических часов промежуточной аттестации. Академический час — 45 минут. Срок обучения — 9 дней. Учебная нагрузка распределяется между теоретическими, практическими занятиями и промежуточной аттестацией.

Промежуточная аттестация проводится по завершении каждого модуля в форме тестирования. По каждому модулю предусмотрено 6 вопросов с тремя вариантами ответа, один из которых является правильным. Продолжительность промежуточной аттестации — 1 академический час после каждого модуля, всего 7 академических часов. За каждый правильный ответ начисляется 1 балл. Положительным результатом является не менее 4 правильных ответов из 6. Итоговая аттестация программой не предусмотрена.

7. Планируемые результаты

В результате освоения программы обучающийся будет иметь представление:

- о понятии и сущности коммуникации;
- об элементах коммуникативного процесса;
- об основных видах коммуникации;
- о вербальных и невербальных средствах общения;
- о коммуникационных барьерах;
- об особенностях внутренних коммуникаций и взаимодействия в группе;
- об основных каналах и инструментах коммуникации;
- о принципах планирования коммуникации;
- о способах организации обратной связи;
- об особенностях цифрового общения;
- об основных принципах поведения в сложных коммуникативных ситуациях;
- об ответственном и этичном обращении с информацией.

В результате освоения программы обучающийся сможет:

- определять цель и содержание коммуникации;
- анализировать коммуникативную ситуацию;
- выявлять причины возможного непонимания;
- ясно формулировать свои мысли;
- использовать приемы активного слушания;
- выбирать подходящий канал коммуникации;
- составлять простые информационные сообщения;
- планировать последовательность передачи информации;
- организовывать обратную связь;
- участвовать в конструктивном обсуждении;
- подготавливать простые информационные материалы;
- выбирать корректную модель поведения в сложной ситуации.

8. Учебный план

№	Наименование модуля	Всего	Теория	Практика	Промежуточная аттестация
1	Модуль 1. Понятие и сущность коммуникаций	4	2	1	1
2	Модуль 2. Внутренние коммуникации и корпоративная культура	5	3	1	1
3	Модуль 3. Планирование работы внутренних коммуникаций	5	3	1	1
4	Модуль 4. Технологии в работе специалиста по внутренним коммуникациям	5	3	1	1
5	Модуль 5. Каналы и инструменты в работе специалиста по внутренним коммуникациям	6	3	2	1
6	Модуль 6. Сценарии использования внутренних коммуникаций	6	3	2	1
7	Модуль 7. Антикризисные коммуникации	5	1	3	1
	Итого	36	18	11	7

9. Календарный учебный график

День	Содержание	Теория	Практика	Всего	Промежуточная аттестация
1	Модуль 1	2	1	4	1
2	Модуль 2	3	1	5	1
3	Модуль 3	3	1	5	1
4	Модуль 4	3	1	5	1
5	Модуль 5	2	1	3	0
6	Модуль 5	1	1	3	1
7	Модуль 6	2	2	4	0
8	Модуль 6	1	0	2	1
9	Модуль 7	1	3	5	1

10. Учебно-тематический план и содержание программы

Модуль 1. Понятие и сущность коммуникаций

Объем — 4 академических часов.

Основные темы:

Понятие и сущность коммуникаций

Коммуникационный процесс: понятие, основные элементы, этапы, их характеристика

Виды коммуникаций

Коммуникация как управленческая категория

Эволюция представлений о коммуникациях в управлении персоналом

Механизмы коммуникаций в системе управления персоналом

Практическая часть:

Задание 1. «Кейс-театр»

Ваша задача: определить **какая модель коммуникации (действие, взаимодействие, процесс)** реализована в следующих пунктах. Обоснуйте свой выбор.

1. Ведущий новостей сообщает о событии.
2. Сотрудник пишет e-mail начальнику и получает ответ.
3. Два коллеги обсуждают проект в чате.
4. Менеджер проводит собрание с командой.

Задание 2. «Коммуникационные барьеры в комиксах»

Нарисуйте (или составьте в виде стикеров/смайлов) мини-комикс из 3 кадров, показывающий:

- Психологический барьер (например, недоверие к руководителю).
- Организационный барьер (например, потеря письма между отделами).
- Языковой барьер (например, неправильное понимание слова).

Задание 3. «Карта эмоций»

Сотрудники компании реагируют на одно и то же сообщение по-разному.

Ваша задача:

1. Выберите сообщение (например: «Компания внедряет новый формат работы»).
2. Нарисуйте или составьте таблицу «Эмоциональные реакции»

Пример таблицы

Сотрудник	Эмоция	Почему?
Менеджер		Неясно, как изменятся KPI
Специалист		Радует гибкий график
Руководитель		Бойтсся снижения контроля

Промежуточная аттестация

Форма: тестирование. 6 вопросов, по 3 варианта ответа. Продолжительность — 1 академический час.

1. Что является одним из основных элементов коммуникативного процесса?
 - А) Передача и получение информации
 - Б) Только хранение документов
 - В) Только контроль рабочего времени
2. Какой пример соответствует взаимодействию в коммуникации?
 - А) Ведущий новостей сообщает о событии
 - Б) Сотрудник пишет руководителю и получает ответ
 - В) Сотрудник самостоятельно читает инструкцию
3. Какие средства общения рассматриваются в программе?
 - А) Только письменные
 - Б) Только устные
 - В) Вербальные и невербальные
4. Что относится к коммуникационному барьеру?
 - А) Психологическое недоверие

- Б) Планирование бюджета
 - В) График отпусков
5. Что необходимо определить перед построением коммуникации?
- А) Цель и содержание коммуникации
 - Б) Только количество сотрудников
 - В) Только продолжительность рабочего дня
6. Что характеризует коммуникацию как управленческую категорию?
- А) Использование коммуникации для взаимодействия и достижения целей организации
 - Б) Отказ от обратной связи
 - В) Передача информации только между внешними организациями

Модуль 2. Внутренние коммуникации и корпоративная культура

Объем — 5 академических часов.

Основные темы:

Теоретические основания: культура как управленческая система

Взаимосвязь внутренних коммуникаций и корпоративной культуры

Диагностика и типология корпоративных культур

Управление и изменение корпоративной культуры

Внутренние коммуникации и их место в управлении организацией

Тренды внутренних коммуникаций

Роль коммуникатора в экосистеме управления персоналом

Практическая часть:

Задание 1. Кейс-анализ

Ситуация:

В компании сотрудники жалуются, что узнают о важных изменениях от коллег, а не от руководства. Уровень доверия снижается, растет текучесть кадров.

Ваша задача:

- Определите и написать **3 ошибки** в системе внутренних коммуникаций по ситуации.
- Написать **конкретные решения для каждой ошибки, описанной вами.**

Задание 2. Таблица «Цели и выгоды внутренних коммуникаций»

Заполните последний столбец в таблице, какие выгоды получает компания при выполнении данных целей.

Цель коммуникации	Определение	Выгода
Обратная связь	Получение мнений сотрудников	
Снижение стресса	Создание позитивного климата	
Единое инфопространство	Доступ ко всем нужным данным	
Укрепление культуры	Формирование ценностей и традиций	

Задание 3. «Барьер–решение»

Заполните таблицу: впишите способы преодоления коммуникационных барьеров, представленных ниже.

Коммуникационный барьер	Возможное решение
Психологический	
Социальный	

Коммуникационный барьер	Возможное решение
Организационный	
Языковой	

Задание 4. Карта инструментов

Распределите каналы по эффективности в разных ситуациях (кризис, информирование, мотивация). Для определения эффективности каждого канала используйте 5 бальную систему, где

5 – Высокий уровень эффективности

4 – Достаточный уровень эффективности

3 – Средний уровень эффективности

2 – низкий уровень эффективности

1 – не эффективный

Канал	Кризис	Информирование	Мотивация
Корпоративный портал			
Электронная рассылка			
Чат/мессенджер			
Живое собрание			

Промежуточная аттестация

Форма: тестирование. 6 вопросов, по 3 варианта ответа. Продолжительность — 1 академический час.

- Как внутренние коммуникации связаны с корпоративной культурой?
 - Они помогают формировать и поддерживать ценности и нормы взаимодействия
 - Они полностью заменяют корпоративную культуру
 - Они используются только для внешней рекламы
- Какова одна из задач внутренних коммуникаций в организации?
 - Обеспечивать информирование сотрудников о целях и задачах компании
 - Исключать обратную связь сотрудников
 - Передавать информацию только руководству
- Что может быть следствием того, что сотрудники узнают важные изменения не от руководства?
 - Снижение доверия
 - Автоматическое повышение вовлеченности
 - Уменьшение потребности в коммуникации
- Какая из перечисленных групп относится к участникам внутренних коммуникаций?
 - Сотрудники и руководство
 - Только клиенты
 - Только поставщики
- Какой барьер необходимо преодолевать при неправильном понимании используемых слов?
 - Языковой
 - Организационный

В) Бюджетный

6. Что означает единое информационное пространство в организации?

А) Доступ сотрудников к необходимым и согласованным данным

Б) Полное отсутствие обмена информацией

В) Использование только одного вида связи

Модуль 3. Планирование работы внутренних коммуникаций

Объем — 5 академических часов.

Основные темы:

Планирование работы внутренних коммуникаций

Построение схемы внутренних коммуникаций

Стратегии внутренних коммуникаций

Критерии эффективности внутренних коммуникаций

Управление рисками коммуникаций

Будущее планирования коммуникаций

Практическая часть:

Задание 1. Кейс-анализ

Ситуация:

В компании внутренние коммуникации работают хаотично: сотрудники узнают о новостях из слухов, медиаплан отсутствует, руководители разных подразделений делают рассылки в разном стиле.

Ваша задача:

- Развернуто расписать **3 последствия отсутствия планирования по ситуации.**
- Описать **меры по систематизации работы по каждой выявленной проблеме.**

Задание 2. Таблица «Факторы планирования внутрикома»

Заполните таблицу. В последнем столбце пропишите как каждый фактор проявляется в вашей организации.

Фактор	Влияние на планирование	Пример из практики
Вес функции	Определяет статус внутрикома	
Структура функции	Деление ролей и обязанностей	
Целевые аудитории	Разные группы сотрудников	
Внутренние заказчики	Формирование запросов	
Бюджетирование	Определяет доступные ресурсы	

Задание 3. Мини-медиаплан

Составьте мини-медиаплан на месяц (6-8 активностей). Можете использовать контент план и медиа план из вашей работы при их наличии.

Пример таблицы:

Неделя	Канал коммуникации	Содержание сообщения	Ответственный
1	Корпоративный портал	Новая стратегия компании	
2	Рассылка	Итоги квартала	
3	Живое собрание	Встреча с руководством	
4	Соцсети/чат	Анонс конкурса «Лучший сотрудник»	

Задание 4. KPI для внутренних коммуникаций

Предложите 3 KPI, по которым можно оценить эффективность внутрикома. К каждому KPI предложите инструмент, которым можно измерить уровень эффективности.

Примеры:

- Уровень вовлеченности (результаты опроса).
- Количество сотрудников, использующих портал (результаты по Яндекс аналитике).
- Скорость реакции на запросы (результат по Яндекс аналитике)

Задание 5. Творческое упражнение «Визуализация стратегии»

Нарисуйте или составьте **схему** (в виде блоков или стрелок), отражающую, как должна выглядеть стратегия внутренних коммуникаций в вашей компании. Можете использовать готовую схему при наличии.

Пример: Цели → ЦА → Каналы → Инструменты → KPI

Промежуточная аттестация

Форма: тестирование. 6 вопросов, по 3 варианта ответа. Продолжительность — 1 академический час.

1. Для чего необходимо планирование внутренних коммуникаций?
 - А) Для систематизации коммуникационной работы и последовательной передачи информации
 - Б) Для отказа от выбора каналов
 - В) Для исключения оценки результатов
2. Что может произойти при отсутствии планирования внутренних коммуникаций?
 - А) Сотрудники могут узнавать новости из слухов
 - Б) Все сообщения автоматически становятся единообразными
 - В) Коммуникационные риски полностью исчезают
3. Какой фактор планирования связан с различными группами сотрудников?
 - А) Целевые аудитории
 - Б) Бюджетирование
 - В) Вес функции
4. Что показывает KPI внутренних коммуникаций?
 - А) Позволяет оценивать эффективность коммуникационной работы
 - Б) Определяет должностной оклад сотрудника
 - В) Заменяет все практические задания
5. Какая последовательность приведена как пример построения стратегии внутренних коммуникаций?
 - А) Цели → ЦА → Каналы → Инструменты → KPI
 - Б) Каналы → KPI → Цели → ЦА → Инструменты
 - В) Инструменты → Праздники → ЦА → Бюджет → Цели
6. Для чего при планировании учитываются внутренние заказчики?
 - А) Для формирования и учета коммуникационных запросов
 - Б) Для определения только внешней рекламы

В) Для выбора формы трудового договора

Модуль 4. Технологии в работе специалиста по внутренним коммуникациям **Объем — 5 академических часов.**

Основные темы:

Современные технологии в управлении персоналом и внутренних коммуникациях

Каскадирование — базовый принцип работы внутренних коммуникаций

Наглядная агитация

Нематериальная мотивация и обратная связь

Техники фасилитации

Практическая часть:

Задание 1. Кейс «Информационный шум»

Ситуация:

Сотрудники жалуются: слишком много сообщений в разных каналах. Кто-то получает новости в чате, кто-то в почте, а кто-то только на собраниях. Итог — путаница и дублирование.

Ваша задача:

- Развернуто опишите 3 ошибки в использовании каналов.
- Предложите решение по оптимизации – детально распишите план оптимизации по шагам.

Задание 2. Таблица «Сравнение каналов коммуникаций»

Заполните таблицу. Подробно распишите, какие преимущества и недостатки могут быть у каждого канала внутренних коммуникаций. Укажите когда лучше использовать тот или иной канал.

Канал	Преимущества	Недостатки	Когда лучше использовать
Корпоративный портал			
E-mail			
Чат/мессенджер			
Живые собрания			
Социальные сети			

Задание 3. Практика «Выбор канала»

Выберите лучший канал для каждой ситуации, представленной ниже. Обоснуйте свой выбор.

1. Экстренное сообщение о ЧП.
2. Анонс корпоративного праздника.
3. Сбор идей от сотрудников.
4. Представление новой стратегии.
5. Поздравление сотрудника с достижением.

Задание 4. Творческое упражнение «Инструмент мечты»

Придумайте **новый инструмент коммуникации**, которого пока нет в вашей компании. Детально опишите его:

- Как он работает?
- Для какой аудитории?
- В чем его преимущество перед существующими каналами?

Задание 5. Карта каналов

Заполните таблицу. Пропишите канал, который подходит для каждой аудитории и какие задачи он решает.

Аудитория	Цель коммуникации	Канал
Рядовые сотрудники	Информирование	
Линейные менеджеры	Мотивация, контроль	
Топ-менеджмент	Стратегия, ценности	
Внешняя аудитория	Имидж, HR-бренд	

Промежуточная аттестация

Форма: тестирование. 6 вопросов, по 3 варианта ответа. Продолжительность — 1 академический час.

1. Что является базовым принципом работы внутренних коммуникаций в Модуле 4?
 - А) Каскадирование
 - Б) Бюджетирование
 - В) Тимбилдинг
2. Какая тема входит в Модуль 4?
 - А) Техники фасилитации
 - Б) Типология корпоративных культур
 - В) Слияния и поглощения
3. Что является проблемой в ситуации «Информационный шум»?
 - А) Избыточные и дублирующиеся сообщения в разных каналах
 - Б) Отсутствие любых сообщений
 - В) Использование только одного канала
4. Какой канал относится к рассматриваемым в программе каналам внутренних коммуникаций?
 - А) Корпоративный портал
 - Б) Только наружный рекламный щит
 - В) Только почтовая марка
5. Какой канал целесообразно рассматривать при представлении новой стратегии с необходимостью обсуждения?
 - А) Живое собрание
 - Б) Только автоматическое уведомление
 - В) Только печатная визитка
6. Что входит в задачи специалиста при выборе канала коммуникации?
 - А) Учитывать цель, аудиторию и особенности ситуации
 - Б) Использовать один и тот же канал независимо от ситуации
 - В) Не учитывать особенности аудитории

Модуль 5. Каналы и инструменты в работе специалиста по внутренним коммуникациям

Объем — 6 академических часов.

Основные темы:

Корпоративные издания, роль внутренних СМИ

Печатные медиа

Электронные СМИ вместо печатных

Корпоративное радио и подкасты

Корпоративное телевидение и видео

Электронный дайджест новостей

Корпоративные порталы. Интранет-портал

Корпоративные социальные сети

Мессенджеры во внутренних коммуникациях

Геймификация

Спортивные мероприятия

День компании и отраслевые праздники

Онлайн-тимбилдинги

Практическая часть:

Задание 1. Кейс «Информационный шум»

Ситуация:

Сотрудники жалуются: слишком много сообщений в разных каналах. Кто-то получает новости в чате, кто-то в почте, а кто-то только на собраниях. Итог — путаница и дублирование.

Ваша задача:

- Развернуто опишите 3 ошибки в использовании каналов.
- Предложите решение по оптимизации – детально распишите план оптимизации по шагам.

Задание 2. Таблица «Сравнение каналов коммуникаций»

Заполните таблицу. Подробно распишите, какие преимущества и недостатки могут быть у каждого канала внутренних коммуникаций. Укажите когда лучше использовать тот или иной канал.

Канал	Преимущества	Недостатки	Когда лучше использовать
Корпоративный портал			
E-mail			
Чат/мессенджер			
Живые собрания			
Социальные сети			

Задание 3. Практика «Выбор канала»

Выберите лучший канал для каждой ситуации, представленной ниже. Обоснуйте свой выбор.

1. Экстренное сообщение о ЧП.
2. Анонс корпоративного праздника.
3. Сбор идей от сотрудников.
4. Представление новой стратегии.

5. Поздравление сотрудника с достижением.

Задание 4. Творческое упражнение «Инструмент мечты»

Придумайте **новый инструмент коммуникации**, которого пока нет в вашей компании. Детально опишите его:

- Как он работает?
- Для какой аудитории?
- В чем его преимущество перед существующими каналами?

Задание 5. Карта каналов

Заполните таблицу. Пропишите канал, который подходит для каждой аудитории и какие задачи он решает.

Аудитория	Цель коммуникации	Канал
Рядовые сотрудники	Информирование	
Линейные менеджеры	Мотивация, контроль	
Топ-менеджмент	Стратегия, ценности	
Внешняя аудитория	Имидж, HR-бренд	

Промежуточная аттестация

Форма: тестирование. 6 вопросов, по 3 варианта ответа. Продолжительность — 1 академический час.

1. Что относится к корпоративным медиа?
 - А) Электронный дайджест новостей
 - Б) Только личная переписка сотрудников
 - В) Только бухгалтерский отчет
2. Какой инструмент предназначен для размещения корпоративной информации и доступа сотрудников к ней?
 - А) Инtranет-портал
 - Б) Только внешний рекламный баннер
 - В) Только визитная карточка
3. Что относится к современным инструментам внутренних коммуникаций?
 - А) Корпоративные социальные сети
 - Б) Только бумажные заявления
 - В) Только телефонная книга
4. Какой инструмент может использоваться для повышения вовлеченности сотрудников?
 - А) Геймификация
 - Б) Только архивирование документов
 - В) Только регистрация входящей корреспонденции
5. Какой формат может использоваться для внутреннего информирования в аудио?
 - А) Корпоративное радио и подкасты
 - Б) Только печатный плакат
 - В) Только таблица учета рабочего времени

6. Какую проблему необходимо решить в кейсе «Информационный шум»?

- А) Путаницу и дублирование информации между каналами
- Б) Отсутствие корпоративных праздников
- В) Недостаток помещений для собраний

Модуль 6. Сценарии использования внутренних коммуникаций

Объем — 6 академических часов.

Основные темы:

Трансформация корпоративной культуры

Миссия и ценности

Адаптация

Конкурс

Корпоративная социальная ответственность. Благотворительность и волонтерство

Внутрикорпоративные сообщества

Бренд работодателя

Работа с сотрудниками амбассадорами

Слияния и поглощения

Управления знаниями в компании

Практическая часть:

Задание 1. Кейс «Кризис доверия»

Ситуация:

Компания внедряет изменения (оптимизация штата). Руководство молчит, сотрудники узнают о слухах в курилке. Атмосфера напряжённая.

Ваша задача:

- Пропишите какие ошибки допущены в данной ситуации?
- Распишите каналы и сценарии коммуникации использовать для снижения паники и обоснуйте свой выбор?

Задание 2. Таблица «Сценарии коммуникаций»

Заполните таблицу. Укажите, какие каналы и/или инструменты нужно использовать при обработке каждого сценария (возможно указать несколько каналов и инструментов)

Сценарий	Цель	Каналы/инструменты
Внедрение стратегии	Донести видение и задачи	
Антикризисное сообщение	Снизить тревожность	
Адаптация новых сотрудников	Ускорить онбординг	
Мотивация и вовлечение	Поддержать командный дух	

Задание 3. Сценарий обратной связи

Составьте сценарий сбора обратной связи после корпоративного мероприятия. Укажите формат и вид мероприятия, дайте его описание. Ответь на вопросы:

1. Какие каналы использовать (опрос, чат, ящик идей и др.).
2. Какие вопросы задать.
3. Как обработать результаты.

Задание 4. Карта сценариев и каналов

Заполните таблицу. Пропишите, какие каналы будут оптимальны для отработки каждого сценария и обоснуйте свой ответ. Можно выбрать только один канал по каждому сценарию.

Сценарий	Оптимальные каналы
Объявление об изменениях	
Корпоративный праздник	
Обучение персонала	
Повышение прозрачности	

Промежуточная аттестация

Форма: тестирование. 6 вопросов, по 3 варианта ответа. Продолжительность — 1 академический час.

1. Что относится к сценариям внутренних коммуникаций?
 - А) Адаптация новых сотрудников
 - Б) Только закупка оборудования
 - В) Только расчет заработной платы
2. Какова цель коммуникации при адаптации новых сотрудников?
 - А) Ускорить онбординг
 - Б) Снизить количество каналов до одного
 - В) Провести внешний рекламный конкурс
3. Что относится к корпоративной социальной ответственности в программе?
 - А) Благотворительность и волонтерство
 - Б) Только корпоративная рассылка
 - В) Только медиапланирование
4. Какая тема связана с сотрудниками, представляющими компанию?
 - А) Работа с сотрудниками амбассадорами
 - Б) Корпоративное радио и подкасты
 - В) Карта инструментов
5. Какая проблема лежит в основе кейса «Кризис доверия»?
 - А) Сотрудники узнают об изменениях из слухов из-за молчания руководства
 - Б) Сотрудники получают слишком много обратной связи

- В) Компания полностью отказалась от внутренних коммуникаций
6. Какова цель сценария «Внедрение стратегии»?
- А) Донести до сотрудников видение и задачи
- Б) Снизить тревожность при кризисе
- В) Организовать спортивное мероприятие

Модуль 7. Антикризисные коммуникации

Объем — 5 академических часов.

Основные темы:

Антикризисные коммуникации

Благополучие и счастье сотрудников

Практическая часть:

Задание 1. Кейс «Негатив в соцсетях»

Ситуация:

В соцсетях распространилась жалоба на компанию. Сотрудники видят обсуждения, но руководство никак не реагирует. Уровень доверия падает.

Ваша задача:

- Пропишите ошибки компании в представленной ситуации.
- Напишите план действий по антикризисным коммуникациям пошагово.

Задание 2. Таблица «Этапы антикризисных коммуникаций»

Заполните таблицу. Напишите какие шаги и действия должна выполнять компания (внутренние коммуникаторы), проходя каждый этап представленный ниже

Этап	Действия компании
Мониторинг	
Анализ кризиса	
План реагирования	
Внутренние сообщения	
Внешние сообщения	
Контроль и оценка	

Задание 3. План антикризисного сообщения

Составьте текст антикризисного обращения к сотрудникам, используя структуру:

1. Признание проблемы.
2. Действия компании.
3. Поддержка сотрудников.
4. Призыв к единству.

Задание 4. Инструменты контроля

Составьте список минимум из 8 инструментов для мониторинга кризисных ситуаций внутри компании (опросы, мониторинг соцсетей, обратная связь и т.д.). Опишите какие задачи закрывает каждый из инструментов.

Промежуточная аттестация

Форма: тестирование. 6 вопросов, по 3 варианта ответа. Продолжительность — 1 академический час.

1. С чего начинается работа с кризисной ситуацией согласно приведенной в программе последовательности?
 - А) С мониторинга
 - Б) С внешнего сообщения
 - В) С итоговой оценки
2. Что следует после этапа анализа кризиса?
 - А) План реагирования
 - Б) Контроль и оценка
 - В) Корпоративный праздник
3. Зачем нужны внутренние сообщения во время кризиса?
 - А) Для информирования сотрудников и снижения неопределенности
 - Б) Для полного прекращения обратной связи
 - В) Для замены всех управленческих решений
4. Какая последовательность входит в структуру антикризисного обращения к сотрудникам?
 - А) Признание проблемы → Действия компании → Поддержка сотрудников → Призыв к единству
 - Б) Мониторинг → Бюджетирование → Геймификация → Конкурс
 - В) Цели → ЦА → Инструменты → Праздник
5. Что является примером инструмента мониторинга кризисной ситуации?
 - А) Обратная связь
 - Б) Только праздничное мероприятие
 - В) Только оформление рабочего места
6. Какова одна из задач антикризисных коммуникаций?
 - А) Снижение тревожности и поддержание доверия
 - Б) Полное исключение информирования сотрудников
 - В) Отказ от анализа происходящего

11. Организационно-педагогические условия

Образовательный процесс осуществляется на основании учебного плана и календарного учебного графика. Основными формами являются теоретические и практические занятия.

- лекционные и информационные материалы;
- практические задания;
- анализ коммуникативных ситуаций;
- упражнения;
- работа с таблицами и схемами;
- составление информационных сообщений;

12. Кадровые условия

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками, имеющими образование и/или квалификацию, соответствующие содержанию преподаваемых разделов программы.

13. Материально-технические условия

- персональный компьютер, ноутбук, планшет или иное устройство;
- доступ к сети Интернет;
- электронная информационно-образовательная среда;
- система дистанционного обучения при реализации программы онлайн;
- программные средства для просмотра текстовых, графических, аудио- и видеоматериалов;
- средства электронной связи;
- электронные учебно-методические материалы.

14. Оценка результатов освоения программы

Промежуточная аттестация проводится по завершении каждого модуля в форме тестирования: 6 вопросов, по 3 варианта ответа на каждый вопрос. Продолжительность каждого тестирования — 1 академический час. За каждый правильный ответ начисляется 1 балл. Положительным результатом является не менее 4 правильных ответов из 6. Итоговая аттестация программой не предусмотрена. Текущая обратная связь осуществляется педагогом в ходе практических занятий. Критериями положительного результата освоения программы являются понимание задания, логичность ответа, соответствие выбранного способа коммуникации ситуации, корректность формулировок и способность объяснить принятое решение.

Критериями положительного результата являются понимание задания, логичность ответа, соответствие выбранного способа коммуникации ситуации, корректность формулировок и способность объяснить принятое решение.

15. Рекомендуемая литература и информационные ресурсы

Для изучения теоретических вопросов и выполнения практических заданий рекомендуется использовать следующие учебные и информационные материалы:

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учебник. — М.: Аспект Пресс.
2. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник. — М.: ИНФРА-М.
3. Кузнецов И. Н. Деловое общение: учебное пособие. — М.: Дашков и К°.
4. Леонтьев А. А. Психология общения: учебное пособие. — М.: Смысл; Академия.
5. Панфилова А. П. Психология общения: учебник для вузов. — М.: Академия.
6. Розанова В. А. Психология управления: учебное пособие. — М.: ИНФРА-М.
7. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник. — М.: Дашков и К°.
8. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник. — М.: Дашков и К°.

9. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: учебник. — М.: Дело.
10. Учебные и методические материалы по культуре речи и деловому общению.
11. Учебные материалы по психологии общения и конструктивному взаимодействию.
12. Учебные материалы по публичному выступлению и письменной коммуникации.
13. Материалы по цифровой и информационной культуре.
14. Электронные учебно-методические материалы АНО ДПО «ПРО.РАЗВИТИЕ».