

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 15.07.2023 17:47:06
Уникальный программный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института экономики
и управления АПК
д.э.н., проф. Л.И. Хоружий
« 30 » августа 2021 г.

**Лист актуализации рабочей программы дисциплины
Б1.В.14. «Корпоративная культура»
для подготовки бакалавров
ФГОС ВО**

Направление: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Курс: 2

Семестр: 4

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2019

В рабочую программу вносятся следующие изменения на 2021 год начала подготовки:

1) Заменить таблицу 2 «Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ»

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час. всего/*	Семестр № 4
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108/4	108
1. Контактная работа:	50,25/4	50,25
Аудиторная работа	50,25/4	50,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	34/4	34
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	57,75	57,75
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, решение кейсов, выполнение творческих заданий и т.д.)</i>	48,75	48,75

Подготовка к зачёту	9	9
Вид промежуточного контроля:	зачёт	

* в том числе практическая подготовка

2) Заменить таблицу 3 «Тематический план учебной дисциплины»

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ всего/*	ПКР	
Раздел 1. Введение в корпоративную Культуру	14	2	4		8
Раздел 2. Корпоративная культура и ее место в общей системе организации	28	4	10		14
Раздел 3. Формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры	35,75	6	12/2		17,75
Раздел 4. Типология корпоративных культур	30,25	4	8/2	0,25	18
Всего за 4 семестр	108	16	34/4	0,25	57,75
Итого по дисциплине	108	16	34/4	0,25	57,75

* в том числе практическая подготовка

3) Заменить таблицу 4 «Содержание лекций, практических занятий и контрольные мероприятия»

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/практических/семинарских занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/из них практическая подготовка
1.	Раздел 1. Введение в корпоративную культуру		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		6
	Тема 1. Основные понятия корпоративной культуры	Лекция № 1. Основные понятия корпоративной культуры	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2
		Практическая работа № 1. Основные понятия корпоративной культуры	УК-5.1; ПКос-4.1	Устный опрос,	2
		Практическая работа № 2. Связь национальной культуры и корпоративной культуры.	ПКос-4.1	Устный опрос,	2
2.	Раздел 2. Корпоративная культура и ее место в общей системе организации		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		14
	Тема 2. Описание корпоратив-	Лекция № 2. Основы корпоративной культуры предприятия	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2

	ной культуры предприятия	Практическая работа № 3. Корпоративная культура и корпоративный дух, лояльность сотрудников	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 4. Мотивация сотрудников средствами корпоративной культуры.	ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2
	Тема 3. Формы выражения корпоративной культуры	Лекция № 3. Формы выражения корпоративной культуры	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2
		Практическая работа № 5. Отражение корпоративной культуры в управленческих документах.	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 6. Фирменный стиль. Брендбук.	УК-5.1; ПКос-4.3	Творческие индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 7. Корпоративные легенды и корпоративные ритуалы	ПКос-4.3	Типовые творческие задания	2
	3.	Раздел 3. Формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3	
Тема 4. Способы формирования корпоративной культуры	Лекция № 4. Способы формирования корпоративной культуры	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2	
	Практическая работа № 8. Корпоративные ценности	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2	
	Практическая работа № 9. Диагностика корпоративной культуры	ПКос-4.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2/2	
Тема 5. Документы, регламентирующие корпоративную культуру	Лекция № 5. Документы, регламентирующие корпоративную культуру	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2	
	Практическая работа №10. Кодекс, корпоративный стандарт	УК-5.1;	Устный опрос	2	
	Практическая работа № 11. Внешние атрибуты корпоративного стиля	ПКос-4.1	Устный опрос, кейсы	2	
Тема 6. Этические корпоративные документы	Лекция № 6. Этические корпоративные документы	УК-5.1		2	
	Практическая работа № 12. Этический кодекс предприятия	УК-5.1	Устный опрос	2	
	Практическая работа № 13. Кодекс чести, кодекс корпоративного поведения	УК-5.1	Устный опрос, тест	2	
4.	Раздел 4. Типология корпоративных культур		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		12

	Тема 7. Классификации и типы корпоративных культур	Лекция № 7. Классификации и типы корпоративных культур в мировой практике	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2
		Практическая работа № 14. Критерии типологии корпоративной культуры.	УК-5.1; ПКос-4.1	Устный опрос	2
	в мировой науке	Практическая работа № 15. Уровни корпоративной культуры в концепциях зарубежных ученых.	ПКос-4.1; ПКос-4.3	Устный опрос	2
	Тема 8. Модели корпоративных культур в мировой науке	Лекция № 8. Модели корпоративных культур в мировой науке	УК-5.1; ПКос-4.3		2
		Практическая работа № 16. Модели корпоративной культуры В. Сате, Т. Питерса – Р. Уотермена, Т. Парсонса	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, реферат	2
		Практическая работа № 17. Теория У. Оучи. Классификация Ф. Тромпернаарса	УК-5.1; ПКос-4.3	Деловая дискуссия	2/2

Разработчик: Чумикова С.Ю., кандидат политических наук


«24» августа 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации.

Протокол № 1 от 26 августа 2021 г.

И.о. заведующего кафедрой, к.филол.н., доц.. Е.В. Гнездилова



Лист актуализации принят на хранение:

И.о. заведующего кафедрой, к.филол.н., доц..

Е.В. Гнездилова





МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Факультет гуманитарно-педагогический
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.14. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Курс 2

Семестр 4

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019


Регистрационный номер _____

Москва, 20__

Разработчики: Бугаева И.В., д.филол.н., доцент
Хвалин Т.А., ассистент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)


«09» 01 2017 г.

Рецензент: Мамедов А.А., д.филол.наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)


«09» 01 2017 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «08» июня 2017 г. № 528 и зарегистрированного в Минюсте РФ «29» 06 2017 г. № 47224 и учебного плана.

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол №6 от «09» 01 2017 г.

Зав. кафедрой Бугаева И.В., д. филол. н., доцент
(подпись)


«09» 01 2017 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической
комиссии гуманитарно-педагогического факультета
д.э.н., проф. В.И. Ерёмин


«10» 01 2017 г.

Заведующий выпускающей кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации Бугаева И.В., д. филол. н., доцент


«09» 01 2017 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ

 Иванова Л.Л.
(подпись)

Бумажный экземпляр РПД, копии электронных вариантов РПД и оценочных материалов получены:

Методический отдел УМУ

«__» ____ 20__ г

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	8
ПО СЕМЕСТРАМ	8
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
РАЗДЕЛ 4. ТИПОЛОГИЯ КОРПОРАТИВНЫХ КУЛЬТУР	10
4.3 ЛЕКЦИИ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	11
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	14
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	14
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	14
ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РЕФЕРАТОВ	15
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	21
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	22
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	22
7.3 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ	22
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ.....	23
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	23
9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	23
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	24
Виды и формы отработки пропущенных занятий	25
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	25

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.14 «Корпоративная культура» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: дать необходимые знания о понятии, основах, типологии, структуре, содержании, основных компонентах и формах выражения корпоративной культуры, сформировать представление о требованиях к ее формированию в коллективе, о принципах и методах поддержания имиджа организации, о влиянии корпоративной культуры на организационную эффективность.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.14.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3

Краткое содержание дисциплины:

Базовые понятия, лежащие в основе корпоративной культуры. Назначение корпоративной культуры. Связь национальной культуры и корпоративной культуры. Подходы к пониманию сущности корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры (внешние, внутренние) и их характеристика. Формы трансляции миссии и ценностей внутри компании через стандарты взаимодействия между сотрудниками, корпоративные мероприятия и т.д.

Внутренний PR. Мотивация сотрудников средствами корпоративной культуры. Структура и содержание корпоративной культуры. Основные элементы корпоративной культуры. Уровни корпоративной культуры. Ценности корпоративной культуры и их типология. Доминирующая культура и субкультуры. Понятие контркультур и их виды. Субъективная и объективная, позитивная и негативная корпоративная культура и критерии их разграничения. Соотношение одной или нескольких субкультур в организации.

Типология корпоративных культур. Способы формирования корпоративной культуры. Анализ текущего состояния корпоративной культуры и корпоративного климата в организации. Официальные документы, регламентирующие корпоративную культуру. Внешние атрибуты корпоративного стиля: символика, аксессуары, стандарты поведения и имиджа сотрудников. Корпоративная символика, ее виды, роль и значение для имиджа организации. Этические корпоративные документы.

Общая трудоемкость дисциплины: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет в 4 семестре.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Корпоративная культура» – дать необходимые знания о понятии, основах, типологии, структуре, содержании, основных компонентах и формах выражения организационной культуры, дать представление о требованиях к ее формированию в коллективе, о принципах и методах поддержания имиджа организации, о влиянии на организационную эффективность и о роли служб по связям с общественностью в этом процессе.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Корпоративная культура» включена в обязательный перечень дисциплин учебного плана базовой/вариативной части (или вариативную часть дисциплин по выбору). Дисциплина «Корпоративная культура» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Корпоративная культура», являются «Культурология», «Деловая документация», «Введение в коммуникационные специальности».

Дисциплина «Корпоративная культура» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Межкультурная коммуникация в рекламе и связях с общественностью», «Этическое регулирование в связях с общественностью и рекламе», «Основы репутационного менеджмента».

Особенностью дисциплины является то, что она дает системные представления о феномене корпоративной культуры как эффективного способа формирования и поддержания должного имиджа компании и инструмента управления сотрудниками. Новизна данного курса определяется основополагающей целью – научить осознанному восприятию коммуникативного поведения персонала в организации, сформировать понимание значимости умения работать в команде, выработать способность анализировать состояние связей, отношений и взаимодействий работников при решении своих профессиональных задач.

Рабочая программа дисциплины «Корпоративная культура» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	УК-5.1	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Способен учитывать межкультурное разнообразие в профессиональной деятельности	Межкультурные и межконфессиональные особенности взаимодействия в профессиональной деятельности в условиях многонационального государства	Разбираться в межкультурных и межрелигиозных особенностях для предотвращения межрелигиозной и межнациональной розни; Проявлять толерантность и уважением к коллегам и партнерам независимо от национальности и вероисповедания	Навыками медиации и нейтрализации потенциальных конфликтов на национальной и/или религиозной почве
2.	ПКос-4.1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации	Документы, регламентирующие культуру организации, принципы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, законо-	Создавать временные оперативные рабочие группы для решения конкретных задач, участвовать в их работе, используя соответствующие методы и эффективно управлять	навыками, обеспечивающими готовность и стремление к совершенствованию имиджа и репутации организации, эффективное осуществление рекламной и пиар-деятельности,

			коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	мерности планирования и контроля рекламной деятельности, основы имиджологии и принципы формирования эффективного имиджа, в том числе внутрикорпоративного	этими группами; осуществлять планирование и контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы	навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации
3.	ПКос-4.3	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; эффективные инструменты для формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Различать формы выражения корпоративной культуры, виды корпоративной культуры (внутренняя и внешняя, объективная и субъективная, позитивная и негативная, доминирующая и контркультура и т.д.), формировать имидж компании и управлять им.	Навыками, обеспечивающими формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры, имиджа и репутации компании, правилами эффективной организационной культуры.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	Семестр № 4
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	50,25	50,25
Аудиторная работа	50,25	50,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	34	34
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	57,75	57,75
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, решение кейсов, выполнение творческих заданий и т.д.)</i>	48,75	48,75
<i>Подготовка к зачёту</i>	9	9
Вид промежуточного контроля:	зачёт	

4.2 Содержание дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1. Введение в корпоративную культуру	14	2	4		8

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 2. Корпоративная культура и ее место в общей системе организации	28	4	10		14
Раздел 3. Формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры	35,75	6	12		17,75
Раздел 4. Типология корпоративных культур	30,25	4	8	0,25	18
Всего за 4 семестр	108	16	34	0,25	57,75
Итого по дисциплине	108	16	34	0,25	57,75

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ

Тема 1. Основные понятия корпоративной культуры

Базовые основания, лежащие в основе корпоративной культуры. Назначение корпоративной культуры. Последовательность работы по формированию и развитию корпоративной культуры. Связь национальной культуры и корпоративной культуры. Евро-американские и азиатские системы субординации в корпоративной культуре. Корпоративная культура как учебная дисциплина и ее роль в подготовке бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Ценности корпоративной культуры и их типология.

РАЗДЕЛ 2. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ МЕСТО В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Тема 2. Описание корпоративной культуры предприятия

Корпоративная культура и корпоративный дух, лояльность сотрудников по отношению к организации. Формы трансляции миссии и ценностей внутри компании через стандарты взаимодействия между сотрудниками, корпоративные мероприятия и т.д.

Мотивация сотрудников средствами корпоративной культуры. Корпоративная культура организации как средство привлечения и удержания сотрудников. Программы обучения и карьерного роста, как элементы корпоративной культуры. Социальные программы, как средство повышения лояльности к фирме.

Тема 3. Формы выражения корпоративной культуры

Корпоративные легенды и их основные сюжеты. Корпоративные ритуалы и их разновидности. Символы могущества компании. «Язык» компании. Символический менеджмент и его объекты (имидж и название организации, оформление офиса, корпоративные мероприятия и их задачи).

РАЗДЕЛ 3. ФОРМИРОВАНИЕ, ПОДДЕРЖАНИЕ И ИЗМЕНЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Тема 4. Способы формирования корпоративной культуры

Руководитель как носитель корпоративных ценностей Основопологающим элементом корпоративной культуры являются ценности. Действия PR-менеджеров в формировании корпоративной политики. Фирменный стиль.

Диагностика существующей корпоративной культуры. Анализ текущего состояния корпоративной культуры и корпоративного климата в организации. Использование структурированного интервью, семинаров, фокус-групп и специализированных опросников для корпоративной диагностики.

Тема 5. Документы, регламентирующие корпоративную культуру.

Официальные документы, регламентирующие корпоративную культуру. Кодекс, корпоративный стандарт, система стандартов компании. Отражение корпоративной культуры в управленческих документах.

Внешние атрибуты корпоративного стиля: символика, аксессуары, стандарты поведения и имиджа сотрудников. Оформление офисов, сувенирная и рекламная продукция, документация. Внедрение стандартов поведения сотрудников. Создание эффективной системы обмена информацией. Создание профессиональных сообществ внутри компании. История, правила, обычаи, ритуалы, символы.

Тема 6. Этические корпоративные документы

Моральные обязательства руководителя. Моральные обязательства сотрудников. Этический кодекс предприятия. Свод правил и норм поведения, стандарты взаимоотношений между работниками, а также между ними и управленцами или руководством коллективов, подразделений корпорации. Кодекс чести, кодекс корпоративного поведения.

РАЗДЕЛ 4. ТИПОЛОГИЯ КОРПОРАТИВНЫХ КУЛЬТУР

Тема 7. Классификации и типы корпоративных культур в мировой науке

Сильные и слабые корпоративные культуры. Критерии типологии корпоративной культуры. Уровни корпоративной культуры по Э. Шейну. Компоненты корпоративной культуры по Ф. Харрису и Р. Морану. Уровни корпоративной культуры в концепциях зарубежных ученых.

Тема 8. Модели корпоративных культур в мировой науке

Модели корпоративной культуры В. Сате, Т. Питерса – Р. Уотермена, Т. Парсонса и др. Теория У. Оучи. Классификация Ф. Тромпернаарса и ее основания.

4.3 Лекции и практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций/практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия ¹	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Введение в корпоративную культуру		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		6
	Тема 1. Основные понятия корпоративной культуры	Лекция № 1. Основные понятия корпоративной культуры	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2
		Практическая работа № 1. Основные понятия корпоративной культуры	УК-5.1; ПКос-4.1	Устный опрос,	2
		Практическая работа № 2. Связь национальной культуры и корпоративной культуры.	ПКос-4.1	Устный опрос,	2
2.	Раздел 2. Корпоративная культура и ее место в общей системе организации		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		14
	Тема 2. Описание корпоративной культуры предприятия	Лекция № 2. Основы корпоративной культуры предприятия	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2
		Практическая работа № 3. Корпоративная культура и корпоративный дух, лояльность сотрудников	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 4. Мотивация сотрудников средствами корпоративной культуры.	ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2
	Тема 3.	Лекция № 3. Формы выра-	УК-5.1; ПКос-		2

¹ Вид контрольного мероприятия (текущий контроль) для практических и лабораторных занятий: устный опрос, контрольная работа, защита лабораторных работ, тестирование, коллоквиум и т.д.

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия ¹	Кол-во часов
	Формы выражения корпоративной культуры	жения корпоративной культуры	4.1; ПКос-4.3		
		Практическая работа № 5. Отражение корпоративной культуры в управленческих документах.	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 6. Фирменный стиль. Брендбук.	УК-5.1; ПКос-4.3	Творческие индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 7. Корпоративные легенды и корпоративные ритуалы	ПКос-4.3	Типовые творческие задания	2
3.	Раздел 3. Формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		18
Тема 4. Способы формирования корпоративной культуры	Лекция № 4. Способы формирования корпоративной культуры	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2	
	Практическая работа № 8. Корпоративные ценности	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2	
	Практическая работа № 9. Диагностика корпоративной культуры	ПКос-4.1; ПКос-4.3	Устный опрос, решение кейсов	2	
Тема 5. Документы, регламентирующие корпоративную культуру	Лекция № 5. Документы, регламентирующие корпоративную культуру	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2	
	Практическая работа №10. Кодекс, корпоративный стандарт	УК-5.1;	Устный опрос	2	
	Практическая работа № 11. Внешние атрибуты корпоративного стиля	ПКос-4.1	Устный опрос, кейсы	2	
Тема 6. Этические корпоративные документы	Лекция № 6. Этические корпоративные документы	УК-5.1		2	
	Практическая работа № 12. Этический кодекс предприятия	УК-5.1	Устный опрос	2	
	Практическая работа № 13. Кодекс чести, кодекс корпоративного поведения	УК-5.1	Устный опрос, тест	2	
4.	Раздел 4. Типология корпоративных культур		УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		12
Тема 7. Классификации и типы корпоративных культур	Лекция № 7. Классификации и типы корпоративных культур в мировой практике	УК-5.1; ПКос-4.1; ПКос-4.3		2	
	Практическая работа № 14. Критерии типологии корпоративной культуры.	УК-5.1; ПКос-4.1	Устный опрос	2	

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия ¹	Кол-во часов
	в мировой науке	Практическая работа № 15. Уровни корпоративной культуры в концепциях зарубежных ученых.	ПКос-4.1; ПКос-4.3	Устный опрос	2
	Тема 8. Модели корпоративных культур в мировой науке	Лекция № 8. Модели корпоративных культур в мировой науке	УК-5.1; ПКос-4.3		2
		Практическая работа № 16. Модели корпоративной культуры В. Сате, Т. Питерса – Р. Уотермена, Т. Парсонса	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос, реферат	2
		Практическая работа № 17. Теория У. Оучи. Классификация Ф. Тромпернаарса	УК-5.1; ПКос-4.3	Устный опрос	2

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	
Раздел 1. Введение в корпоративную культуру			
1.	Тема 1. Основные понятия корпоративной культуры	1. Взаимосвязь корпоративной культуры с особенностями национальной ментальности. 2. Понятие организационной морали.	
Раздел 2. Корпоративная культура и ее место в общей системе организации			
2	Тема 2. Описание корпоративной культуры предприятия	1. Корпоративная культура как инструмент внутреннего управления. 2. Корпоративная и организационная культура. Общее и различное.	
Раздел 3. Формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры			
3	Тема 4. Способы формирования корпоративной культуры	Диагностика корпоративной культуры. Методы диагностики корпоративной культуры	
4	Тема 5. Документы, регламентирующие корпоративную культуру	1. Язык и стиль организационно-распорядительных документов. 2. Язык и стиль информационно-справочных и справочно-аналитических документов. 3. Язык и стиль коммерческой корреспонденции.	
Раздел 4. Типология корпоративных культур			
5	Модели корпоративных культур	1. Европейская модель корпоративной культуры 2. Североамериканская модель корпоративной культуры 3. Ближневосточная модель корпоративной культуры 4. Азиатская модель корпоративной культуры 5. Японская модель корпоративной культуры	
ВСЕГО			
46			

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)	Кол-во часов
1.	Основы корпоративной культуры предприятия	Л	Активная форма: Лекция с элементами эвристической беседы	2
2	Корпоративная культура и корпоративный дух, лояльность сотрудников	ПЗ	Решение кейсов с последующим обсуждением	2
3	Формы выражения корпоративной культуры	Л	Активная форма: Лекция с использованием слайд-презентации и видео-роликов	2
4	Фирменный стиль. Брендбук	ПЗ	Индивидуальное творческое задание: разработка фирменного стиля предприятия и оформление брендбука	2
5	Корпоративные легенды и корпоративные ритуалы	ПЗ	Индивидуальные творческие задания по разработке корпоративных легенд и ритуалов	2
6	Корпоративные ценности	ПЗ	Решение кейсов	2
7	Способы формирования корпоративной культуры	Л	Активная форма: Лекция с использованием слайд-презентации и видео-роликов	2
8	Внешние атрибуты корпоративного стиля	ПЗ	Решение кейсов, презентации логотипов и слоганов	2
9	Классификации и типы корпоративных культур в мировой практике	Л	Активная форма: лекция-дискуссия	2
ВСЕГО:				18

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

6.1.1. Примерные темы рефератов

1. Корпоративная культура как внутренняя управленческая среда.
2. Роль и место корпоративной культуры в управлении персоналом.
3. Миссия, стратегии и цели как компоненты корпоративной культуры.
4. Религиозные традиции в основе общества и корпоративной культуры.
5. О роли мифов в создании корпоративной культуры.
6. Коллектив как одна команда: секреты успеха.
7. Средневековые гильдии как специфические формы корпоративной культуры.
8. Управление мотивацией персонала.
9. Корпоративная культура как система ценностей.
10. Введение в должность как элемент корпоративной культуры.
11. Определение миссии, ценностей и целей компании.
12. Принципы формулирования миссии компании.
13. Корпоративная культура и субкультура.
14. Анализ текущего состояния корпоративной культуры и корпоративного климата.
15. Методы корпоративной диагностики.
16. Внешние атрибуты корпоративного стиля.
17. Оформление офисов, сувенирная и рекламная продукция, документация как проявление корпоративной культуры.
18. Стандарты поведения сотрудников.
19. Профессиональные сообщества внутри компании.
20. Эффективные системы обмена информацией внутри компании.
21. Способы формирования корпоративной культуры.
22. Ценности как основополагающий элемент корпоративной культуры.
23. Мировоззренческие установки компании.
24. Девизы и лозунги в корпоративной культуре.
25. Внутренний PR.
26. Мотивация сотрудников средствами корпоративной культуры.
27. Программы обучения и карьерного роста.
28. Социальные программы как элемент корпоративной культуры.
29. Цели и этапы изменений корпоративной культуры.
30. Декларируемые и реальные ценности в структуре корпоративной культуры.
31. Моральные обязательства руководителя.
32. Моральные обязательства сотрудников.
33. Кодекс чести, кодекс корпоративного поведения.
34. Принципы делового кодекса.

Требования к оформлению рефератов

Объем – 10-15 с.

Технические параметры: формат – doc (MS Word); поля: верх, низ - 2,5 см, лев. – 3 см, прав. – 1,5 см; шрифт – Times New Roman, кегль – 14 пт; интервал – 1,5; абзацный отступ (красная строка) – 1,25 см; выравнивание – по ширине; пе-

ренос слов – автоматический; рисунки, графики, схемы и т.д. должны быть черно-белые в формате JPEG; страницы текста нумеруются внизу по центру. Допускаются шрифтовые выделения курсивом, жирным шрифтом и жирным курсивом (однотипные).

Название глав и параграфов печатается жирным кеглем, выравнивание по центру. Точки в конце заголовков не допускаются. Ссылки на используемую литературу даются в тексте в квадратных скобках по типу [Моррис 1983: 72]; список литературы – после текста статьи в алфавитном порядке, сначала российские, затем зарубежные авторы и интернет-ресурсы.

Структура: титульный лист, содержание с указанием номеров страниц, Введение (постановка проблемы, объект, предмет, цель работы, задачи, структура и т.д.), Главы (с делением на параграфы по типу 1.1, 1.2, 1.3...), Заключение (итоги, выводы и результаты работы), Список литературы, Приложения.

Предоставляется: 1) папка с распечатанным текстом и 2) электронная версия реферата.

6.1.2. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

1. Положения, характеризующие позитивные ценности организационно-корпоративной культуры(несколько ответов)
 - а) успехи компании - это мой успех
 - б) покупатели (клиенты) - случайные люди, они доставляют только неудобства и мешают нашей работе
 - в) каждый сам за себя
 - г) не высовывайся
 - д) не конкуренция, а сотрудничество в работе на общую цель

2. Кадровая политика в российской практике формирования корпоративной культуры может быть отражена в (несколько ответов)
 - а) инструкциях по делопроизводству
 - б) подборе персонала, разделяющих ценности корпорации
 - в) обучении персонала стандартам поведения
 - г) увольнении сотрудников, не воспринявших ценности корпорации

3. Сущность организационно-корпоративной культуры заключается в
 - а) стандартах и нормах поведения
 - б) миссии корпорации
 - в) ценностях компании, разделяемых большинством ее персонала и проявляющихся в его поведении
 - г) корпоративной философии

4. Национальная культура определяется:
 - а) определенными видами культур (горизонтальными и вертикальными корпоративными культурами, бюрократическими, управленческими, техническими культурами)

- б) историей, ценностями, установками, убеждениями, нормами, обычаями, языком, религией
- в) отношением людей к природе, соотношением индивидуализма и коллективизма, отношением к времени, к действию, к формальностям
- г) особенностями корпоративных структур и систем управления

5. Материальная культура это:

- а) физические объекты, созданные человеческими руками (артефакты)
- б) законы, модели поведения, нормы, правила, знания
- в) идеи, язык, традиции

6. Признак определяющий разницу понятий "организационная" и "корпоративная" культура:

- а) принципиальная разница ценностей и свойств данных культур
- б) принадлежность культуры организации или корпорации
- в) понятие "слабая культура" и "сильная культура"

7. К функциям корпоративной культуры относятся:

- а) мировоззренческая функция
- б) рекреативная функция
- в) все перечисленные функции
- г) образовательно-воспитательная функция
- д) функция общественной памяти

8. Пространство внутрикорпоративных отношений определяют(несколько ответов)

- а) специалисты и технический персонал
- б) акционеры фирмы
- в) клиенты фирмы
- г) совет директоров вместе с главой фирмы
- д) руководители управлений и отделов

9. Корпоративную культуру, сложившуюся в корпорации можно изучать с помощью методов(несколько ответов)

- а) косвенных методов
- б) SWOT-анализа
- в) изучения устного фольклора
- г) интервью
- д) изучения документов

10. Укажите высказывание, которое не является положением доктрины "Человеческих отношений"

- а) "деньги - мотив материальной выгоды, не рассматриваются руководством в качестве "вечного двигателя"...
- б) "не бойся, если твой подчиненный способнее тебя, а гордись таким подчиненным"

- в) "просвещение служащих о целях и проблемах фирмы создает корпоративное сознание и гордость за собственное место работы"
- г) "групповые ценности - наиболее важный ориентир оптимизации "человеческих отношений" на производстве"
- д) "социальное и психологическое положение рабочего на производстве имеет более важное значение, чем сама работа ..."

11. Специфика свойств корпоративной культуры (в отличие от организационной культуры) определяется наукой в соответствии с положениями ...

- а) системного подхода
- б) диалектики
- в) культурологи
- г) комплексного подхода
- д) программно-целевого подхода

12. К элементам организационно-корпоративной культуры относятся (несколько ответов)

- а) обряды и ритуалы
- б) ценности
- в) мифы, легенды. Истории
- г) традиции и язык
- д) стратегии и цели

13. "Обратная связь" в российской практике формирования корпоративной культуры может быть осуществлена с помощью (несколько ответов)

- а) социологических исследований
- б) корпоративных мероприятий
- в) выдачи распоряжений подчиненным
- г) анкетирования

14. В функции управления корпоративной культуры не входит функция:

- а) исследования корпоративной культуры (КК)
- б) формирования КК
- в) поддержания (обеспечение функционирования) КК
- г) развития КК
- д) убывания КК

15. Формирование системы ценностей организации происходит под воздействием факторов, которые включают в себя (несколько ответов)

- а) соотношение индивидуализма и коллективизма
- б) особенностями протекания конфликтов и способами их решения
- в) ценности персонала
- г) ценности создателей фирмы и ее высшего руководства
- д) ценности национальной, региональной, местной культуры

16. Основные признаки культурной корпорации(несколько ответов)

а) то современная организация по всем факторам культуры (материальным и духовным)

б) это организация, живущая по закону, а не "по понятиям"

в) это организация, отличающаяся формой и манерами отношений с людьми

г) это организация, в которой людей воспринимают как главную ценность и, следовательно, организуют взаимодействие между людьми и группами на психологическом уровне, ...

17. Организационно-корпоративная культура это ...

а) совокупность коммуникаций, формирующих имидж и репутацию организации.

б) знания и умения руководства организации, используемые при принятии решений.

в) ценности и представления, разделяемые большинством сотрудников организации, проявляющиеся в их поведении.

18. К факторам, не оказывающим влияния на формирование корпоративной культуры относятся:

а) рейтинг корпорации в СМИ

б) особенности национальной культуры

в) размер и структура корпорации

г) цели корпорации и цели лидера

19. Основной задачей внутрикорпоративного PR является:

а) формирование отношений с властными структурами

б) формирование и текущая информационная поддержка позитивного имиджа компании, ее позиционирование во внутрикорпоративном пространстве

в) формирование внешнего имиджа и последующее позиционирование в бизнес среде по отношению к компаньонам, конкурентам, инвесторам, кредиторам, клиентам

г) формирование отношений со СМИ, общественными организациями и населением

20. Функция корпоративной культуры, создающая необходимые стимулы для выполнения необходимых действий работниками.

а) мотивационная

б) адаптивная

в) ориентирующая

г) ассимиляционная

6.1.3. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. Понятие корпоративной культуры. Ее отличие от деловой этики.
2. Основное назначение корпоративной культуры.
3. Взаимосвязь корпоративной и национальной культуры.
4. Причины появления корпоративной культуры на Западе.
5. Соотношение понятий «корпоративная культура» и «организационная культура».
6. Соотношение корпоративной культуры, культуры производства и культуры труда.
7. Понятие организационной морали.
8. Понятие культуры. Основные функции культуры по Э. Шейну.
9. Концепции корпоративной культуры и их общая характеристика.
10. Рационально-прагматическая концепция корпоративной культуры, ее сущность и представители.
11. Феноменологическая концепция, ее сущность и представители.
12. «Компромиссный» подход к сущности корпоративной культуры и его представители.
13. Внешние функции корпоративной культуры.
14. Внутренние функции корпоративной культуры.
15. Структура корпоративной культуры как система.
16. Целеустановки корпоративной культуры и их виды.
17. Компоненты структуры корпоративной культуры.
18. Трудности внешней адаптации и задачи внутренней интеграции компании.
19. Понятие доминирующей культуры и контркультуры. Виды контркультур.
20. Структурные составляющие корпоративной культуры и их характеристика.
21. Уровни корпоративной культуры.
22. Понятия доминирующей культуры и субкультуры.
23. Виды контркультур и их соотношение в организации.
24. Объективная и субъективная культуры в организации, их функции, элементы и формы выражения.
25. Виды поведения организации и их характеристика.
26. Позитивная и негативная культуры, критерии их различения и признаки.
27. Ценности как формы выражения корпоративной культуры. Типология корпоративных ценностей.
28. Корпоративная символика и ее роль в организации деятельности компании.
29. Коммуникационная система в организации. Поведенческие нормы.
30. Типы корпоративных культур.
31. Классификации корпоративных культур.
32. Этапы формирования корпоративной культуры.

33. Принципы поддержания корпоративной культуры.
34. Изменение организационной культуры.
35. Имидж организации и его моделирование.
36. Внутренний имидж руководителей организации.
37. Основные правила эффективной корпоративной культуры.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Критерии оценивания результатов обучения

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине используется **традиционная** система контроля и оценки успеваемости студентов.

Промежуточная проверка (выходной контроль) проводится в виде зачета, основным методом его проведения выступает письменный или устный опрос.

Успешно усвоившим учебный материал по дисциплине считается студент, посетивший все лекционные и практические занятия, активно и успешно работавший на практических занятиях, получивший «15» контрольные работы (тесты), успешно защитивший реферат. В этом случае в зачетную ведомость выставляется отметка **«зачтено»**.

Если студент пропускал занятия, он обязан в указанные преподавателем сроки ликвидировать текущие задолженности. Предполагаются следующие формы отработки: написание реферата по теме пропущенного занятия и ответ на вопросы по реферату, выполнение тестовых заданий, индивидуальная беседа с преподавателем. Форма отработки назначается преподавателем в зависимости от объема и сложности пропущенного материала. **Сдача зачёта обязательна.**

Критерии оценивания ответа студента на зачете

Оценка **«зачтено»** выставляется студенту, если демонстрируются: всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

Также оценка **«зачтено»** выставляется студенту, если демонстрируется: достаточно полное знание учебно-программного материала, учащийся не допускает в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполняет все предусмотренные программой задания, если студент усвоил основную литера-

туру, рекомендованную программой, активно работал на практических, занятиях, показал систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если обнаруживаются пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившему самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические занятия, допускающему существенные ошибки при ответе. Студент не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 255 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437894>
2. Папкова О.В. Деловые коммуникации: Учебник. – М.: Инфра М, 2014.

7.1 Дополнительная литература

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теории и технологии. – М.: Аспект пресс, 2009.
2. Коноваленко М.Ю, Коноваленко В.А. Теория коммуникации. 2-е изд.: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2016 г. [ЭБС].
3. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации. – М.: Инфра, 2013.

7.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Азимов К.А. Культура речи:
<http://www.arti-ex.ru/science/literatura/soch/45186.html>
2. Введенская Л.А. Культура речи:
http://www.koob.ru/vvedenskaya/kultura_rechi
3. Этикет и культура речи:
http://www.self-knowledge.ru/load/literatura/po_vozrastnoi_psikhologii/ehetiket_i_kultura_obshhenija/8-1-0-46

7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

1. Комплект словарей и справочных пособий.
2. Комплект учебных пособий по официально-деловому стилю: Хлюстова Т.В. Культура речи в официально-деловой сфере: Учебное пособие.- М.: Изд-во РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, 2010. – 63 с.
3. Комплекты тестов по указанным в программе разделам.
4. Комплект медиапрезентаций.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

<http://kirulanov.com/korporativnaya-kultura-v-sovremennom-biznese/>
<https://games4business.ru/articles/korporativnaya-kultura-kompanii>
<https://delatdelo.com/organizaciya-biznesa/korporativnaya-kultura-organizatsii.html>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

{

Таблица 7

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
1	2
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 250 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	CeID-1800/512/80/DVD-R ин.№ 558788/200 Доска белая ин.№ 558762/2 Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Копозиция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120 Парты + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. ин.№ 593972 -593984
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 2498 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598946 Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.
учебная аудитория для проведения заня-	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел.

тий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 248 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с откидн.столиком и пюпитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 251 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	Доска меловая – 1 шт. Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 -593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.
Центральная научная библиотека им. Н.И. Железнова. Читальные залы (Лиственничная аллея, 2, кор.1)	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi , Интернет-доступом
Общежитие №9. Комната для самоподготовки (Верхняя аллея, 1)	

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины «Корпоративная культура» представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным разделам дисциплины.

На практических занятиях бакалавры выполняют задания по теоретической части курса, тесты, тренировочные упражнения, выступают с подготовленными рефератами и медиапрезентациями, участвуют в деловых и ролевых играх, в работе круглого стола, в обсуждении деловых ситуаций, связанных со спецификой служебного общения.

Наиболее сложным для усвоения является раздел, в котором рассматриваются концепции и функции корпоративной культуры: бакалавр обязан знать теоретический материал (лекционный и данный в учебной литературе), являющийся основой для осмысления теоретических оснований дисциплины, должен изучить ряд источников по данной проблеме.

В разделе «Системная организация корпоративной культуры» определенные трудности вызывает тема «Структура и содержание корпоративной культуры»: бакалавры впервые сталкиваются со сложным внутренним устройством и множеством параметров культуры организации, которые необходимо знать при работе по направлению «Реклама и связи с общественностью». Кроме того, необходимо знать особенности каждого аспекта, уметь отличать один аспект от другого. В этом разделе представлен также эпистолярный жанр: классификация служебных, частных официальных писем, даны правила их написания и оформления.

Материал раздела «Практические основы создания корпоративной культуры» требует от бакалавров знания методов работы над формированием кор-

поративной культуры, технологиями дизайна организации, оформления офисов, разработки стандартов поведения сотрудников, совместной работы в коллективе, условий достижения успешного коммуникативного результата. Усвоению этого материала способствует работа над рефератами и медиапрезентациями.

При изучении разделов и тем учебной дисциплины «Корпоративная культура» важно правильно организовать самостоятельную работу: перед выполнением практических заданий следует сначала проработать лекционный материал, затем изучить материал учебника и учебного пособия, после этого ознакомиться с методическими рекомендациями по темам курса и только затем приступить к выполнению письменных или устных практических заданий.

Над рефератом по выбранной теме необходимо приступить к работе с начала учебного семестра, чтобы к моменту изучения очередной темы курса выступить на практическом занятии по теме реферата с информацией, которая может стать дополнением к изучаемому материалу. Последовательность работы над рефератом заключается в следующем: выбор темы реферата, подбор литературы по теме, изучение литературы, составление плана реферата, написание текста в соответствии с планом, редактирование текста, чтение текста.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан отработать пропущенные темы, предоставив преподавателю конспект лекции, подготовив реферат и ответив на вопросы.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

В процессе преподавания учебной дисциплины основными задачами преподавателя являются следующие: 1) раскрыть содержание каждого раздела (каждой входящей в него темы); 2) показать логическую взаимосвязь материала разделов так, чтобы учебная дисциплина открылась студентам как научная система; 3) помочь бакалаврам овладеть учебным материалом; 4) привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

При изучении раздела 2. «Корпоративная культура и ее место в общей системе организации» целесообразно использовать проблемно-поисковые методы ведения лекционных занятий: проблемные лекции, лекции с элементами эвристической беседы (наряду с обзорными, информационными лекциями). Проведение практических занятий можно организовать в форме традиционного комбинированного урока, в форме семинара, беседы, дискуссии в зависимости от дидактических целей.

При изучении материала раздела «Типология корпоративных культур» целесообразно отдать предпочтение информационно-развивающим методам: текущим лекциям, информационным лекциям, рассказу, объяснению, т. к. материал этих разделов является новым для студентов. Проведение практических занятий целесообразно организовывать в виде учебно-научных семинаров, ролевых и деловых игр, разбора конкретных деловых ситуаций, учебных конференций, дискуссий.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены темы рефератов и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов и темы рефератов целесообразно предложить бакалаврам в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки. На практическом занятии, организованном в форме учебной конференции, необходимо заслушивание и обсуждение рефератов.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

Программу разработали:

Бугаева И.В., д.филол.н., доцент

Хвалин Т.А., ассистент

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Корпоративная культура»
ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация выпускника – бакалавр)

Мамедовым Азером Агабалаевичем, доктором философских наук, доцентом кафедры философии ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева (далее по тексту - рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Корпоративная культура» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (бакалавриат), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчики – Бугаева Ирина Владимировна, доктор филологических наук, зав. кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации; Хвалин Тихон Андреевич, ассистент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Корпоративная культура» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к части учебного цикла, формируемой участниками образовательного процесса, – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью». В соответствии с Программой за дисциплиной «Корпоративная культура» закреплено 3 **компетенции**. Дисциплина «Корпоративная культура» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

4. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

5. Общая трудоёмкость дисциплины «Корпоративная культура» составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Корпоративная культура» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

8. Программа дисциплины «Корпоративная культура» предполагает 18 занятий в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

10. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, выполнение творческих индивидуальных заданий, участие в тестировании, работа над домашним заданием в форме игрового проектирования (разработка брендбука как документа корпоративной культуры и фирменного стиля) и аудиторных заданиях – решение кейсов), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины базовой части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 3 источника, дополнительной литературой – 8 наименований, Интернет-ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

12. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Корпоративная культура» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

13. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Корпоративная культура».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Корпоративная культура» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Бугаевой Ириной Владимировной, доктором филологических наук, зав. кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации и Хвалиным Тихоном Андреевичем, ассистентом кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Мамедов А.А., доцент кафедры философии ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, доктор философских наук, доцент _____

«_____» _____ 20__ г.