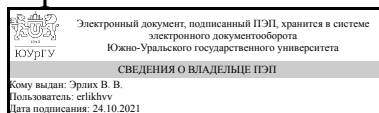


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Институт спорта, туризма и  
сервиса



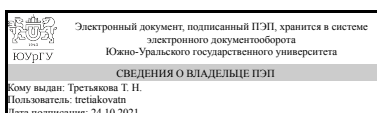
В. В. Эрлих

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** 1.Ф.П1.12 Корпоративная культура на предприятиях туристской индустрии  
**для направления** 43.03.02 Туризм  
**уровень** Бакалавриат  
**профиль подготовки** Технология и организация туроператорских и турагентских услуг  
**форма обучения** очная  
**кафедра-разработчик** Туризм и социально-культурный сервис

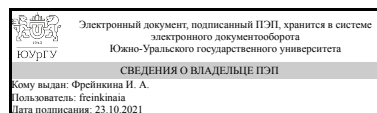
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 516

Зав.кафедрой разработчика,  
д.пед.н., проф.



Т. Н. Третьякова

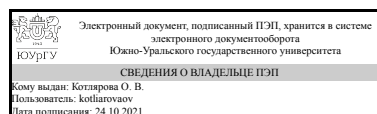
Разработчик программы,  
к.пед.н., доцент (кн)



И. А. Фрейнкина

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной  
программы  
к.пед.н., доц.



О. В. Котлярова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Корпоративная культура на предприятиях туристской индустрии» являются – сформировать у будущих специалистов туристской индустрии представление о современной корпоративной культуре, о тех принципах, идеалах и ценностях, на которые она должна опираться.

## Краткое содержание дисциплины

Теоретические основы корпоративной культуры. Формы реализации корпоративной культуры. Изучение структурных элементов корпоративной культуры. Этапы развития корпоративной культуры

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)  | Планируемые результаты обучения по дисциплине   |
|--|---|
| УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде   | Знает: кросскультурные особенности предприятия в процессе работы с партнерами/поставщиками услуг при организации туристской деятельности и при реализации туристского продукта<br>Умеет: обеспечивать оптимальные межличностные взаимоотношения на предприятиях туристской индустрии с учетом корпоративной культуры общения<br>Имеет практический опыт: общения на вербальном и невербальном уровне в рамках корпоративной культуры предприятия туристской индустрии |
| УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | Знает: элементы и характеристики корпоративной культуры на предприятии туристской индустрии<br>Умеет: организовывать деловое взаимодействие в группе, применять коммуникативные техники и технологии делового общения в устной и письменной формах<br>Имеет практический опыт: диагностики типа культуры, формирования профиля коммуникативной корпоративной культуры на предприятии туристской индустрии   |
| ПК-5 способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации  | Знает: базовые характеристики договорных технологий с «корпоратами» на предприятиях туристской индустрии<br>Умеет: вести договорные переговоры с клиентами и партнерами, предоставляющими услуги, входящие в туристский продукт<br>Имеет практический опыт: ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов  |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана  | Перечень последующих дисциплин, видов работ                          |
|--|--|
| <p>Иностранный язык (второй),<br/> Деловой иностранный язык,<br/> Психология,<br/> Менеджмент,<br/> Организация культурно-досуговой деятельности,<br/> Русский язык и культура речи,<br/> Речевая коммуникация,<br/> Реклама в туризме и гостиничном сервисе,<br/> Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации,<br/> Организация экскурсионного обслуживания,<br/> Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме,<br/> Организация туристской деятельности,<br/> Психодиагностика,<br/> Иностранный язык,<br/> Социология,<br/> Производственная практика, сервисная практика (4 семестр),<br/> Производственная практика, проектно-технологическая практика (6 семестр)</p> | <p>Производственная практика, преддипломная практика (8 семестр)</p> |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина                          | Требования  |
|-------------------------------------|---|
| Организация туристской деятельности | <p>Знает: основы социального взаимодействия с потребителями туристского продукта, партнерами, поставщиками услуг и другими заинтересованными сторонами при организации туристской деятельности, особенности, функции, виды организации экономической деятельности на предприятиях туристской индустрии, общие принципы проведения рыночных исследований в туристской деятельности, особенности технологических процессов деятельности туристских предприятий в ходе обслуживания гостей; основные понятия и показатели качества обслуживания, основные категории инноватики и технологические подходы к организации туристской деятельности</p> <p>Умеет: обеспечивать партнерское взаимодействие с потребителями туристского продукта, партнерами, поставщиками и другими заинтересованными сторонами, детализировать, систематизировать, определять факторы и оценивать экономическую эффективность результатов проектирования и реализации туристских продуктов, организовать и осуществлять исследование туристского рынка по основным видам туризма, эффективно организовывать процесс обслуживания потребителей согласно их требованиям с целью</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>максимального удовлетворения их потребностей; оценивать качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон, выбирать оптимальный алгоритм и программное средство для решения профессиональных задач при организации туристской деятельности Имеет практический опыт: реализации туристских продуктов и услуг в соответствии с запросами социума, использования приемов и методов экономического анализа для оценки деятельности предприятий туристской индустрии, маркетингового исследования рынка услуг разрабатываемого туристского продукта с целью его продажи и продвижения, использования форм, методов технологий обслуживания различных групп потребителей; методами оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон, организации туристской деятельности с использованием систем управления базами данных, локальных и глобальных компьютерных сетей</p>  |
| <p>Организация культурно-досуговой деятельности</p> | <p>Знает: технологии разработки и проведения анимационных и культурно-досуговых программ в туризме , сущность и формы социального взаимодействия при организации анимационной и культурно-досуговой деятельности , методiku массовых форм культурно-досуговых программ; частные методики в культурно-досуговой деятельности (массовые, групповые, индивидуальные) Умеет: разрабатывать и проводить анимационные и культурно-досуговые программы для туристов, взаимодействовать в команде при организации анимационной и культурно-досуговой деятельности, осуществлять постановку групповых и индивидуальных форм культурно-досуговой деятельности при проектировании и реализации турпродукта Имеет практический опыт: разработки и реализации анимационных и культурно-досуговых программ для туристов, организации культурно-досуговой деятельности как с группами туристов, так и с индивидуальными туристами, организации массового отдыха и досуга населения; использования сценарно-режиссерских технологий организации и проведения праздничных форм досуга</p> |
| <p>Психодиагностика</p>                             | <p>Знает: психометрические основы современных методик психологической диагностики Умеет: разрабатывать, оформлять и использовать психодиагностический инструментарий в профессиональной деятельности Имеет практический опыт: проведения и интерпретации психодиагностических методик для составления</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | психологического портрета личности потребителей   |
| Иностранный язык (второй)                                | Знает: грамматику и лексику второго иностранного языка Умеет: использовать знание второго иностранного языка в профессиональной деятельности Имеет практический опыт: терминологией специальности на иностранном языке и основами речевого этикета в иноязычной среде   |
| Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме | Знает: телекоммуникационные системы и компьютерные сети в туризме; туристские информационные системы, основные виды программных продуктов для продвижения туристского продукта, основные виды программных продуктов для работы с текстовыми, графическими, статистическими, изобразительными данными и их особенности Умеет: осуществлять деловую коммуникацию с использованием телекоммуникационные системы и туристских информационных систем, использовать возможности современных информационных технологий для продвижения туристского продукта, осуществлять эффективный информационный поиск в глобальных информационных сетях Имеет практический опыт: использования информационно-коммуникативных и ГИС-технологий для осуществления делового общения и профессиональной деятельности в туризме, работы с программными средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций), работы в текстовых и графических редакторах, базах данных, программах для обработки статистических данных, сервисах Интернета. |
| Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации   | Знает: лексико-грамматический материал по специальности, необходимый для профессионального общения; особенности различных видов речевой деятельности и форм речи; источники профессиональной информации на иностранном языке Умеет: вести беседу (диалог, дискуссию, переговоры) деловой-профессиональной направленности на иностранном языке; работать с источниками релевантной информации на иностранном языке Имеет практический опыт: аргументированного изложения собственной точки зрения на иностранном языке; применения навыков, владения умениями и стратегиями для участия в профессионально-ориентированной коммуникации на иностранном языке, навыками публичной речи, ведения дискуссии на иностранном языке   |
| Реклама в туризме и гостиничном сервисе                  | Знает: понятие и сущность рекламной деятельности в туристской индустрии, основные   |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>инструменты рекламы, порядок организации переговоров с партнерами с целью рекламы нового туристского продукта/услуги, виды участников рекламного процесса и выполняемые ими функции Умеет: составлять рекламную стратегию предприятия и разрабатывать рекламные материалы для продвижения товаров и услуг предприятий туристической и гостиничного сервиса, разработать и внедрить рекламную кампанию нового туристского продукта/услуги, использовать полученные теоретические знания при подготовке к осуществлению рекламных коммуникаций с потребителями услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства Имеет практический опыт: разработки рекламных материалов и продвижения товаров и услуг на потребительский рынок, разработки и ведения рекламной кампании нового туристского продукта/услуги, рекламных коммуникаций с потребителями услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства, бизнес-партнерами и различными контактными аудиториями</p> |
| <p>Организация экскурсионного обслуживания</p> | <p>Знает: понятие и сущность общения в экскурсионной и туристской деятельности, культурные нормы и ограничения с учетом обычаев, традиций и этикета, существующих в других культурах (странах) и регионах, понятие и сущность экскурсионной деятельности в туризме Умеет: применять клиентоориентированные технологии при организации экскурсионного обслуживания, строить программы обслуживания с учетом личностных психотипов представителей иной культуры на основе толерантности к другим культурам, языкам и религиям, разрабатывать экскурсии и программы экскурсионного обслуживания Имеет практический опыт: коммуникации в экскурсионной деятельности, разработки экскурсионных программ, с учетом межкультурных норм и ограничений, проектирования экскурсионных программ и трансферов на основе современных технологий</p>  |
| <p>Психология</p>                              | <p>Знает: основные понятия психологии, типы темперамента, содержание мотивации и психической регуляции поведения и деятельности человека, психологические основы функционирования познавательных, волевых и эмоциональных процессов для понимания собственных психологических особенностей управления временем Умеет: устанавливать гармоничные отношения в работе с клиентами, создавать благоприятный психологический климат в коллективе; изучать потребности общества и личности, использовать психологические техники и методы тайм-</p>   |

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
|                                 | <p>менеджмента в собственной деятельности Имеет практический опыт: регулирования взаимоотношения людей: убеждения, доказательства, внушения и побуждения людей к необходимым действиям в процессе профессионального общения и совместной деятельности, развития мотивационно-волевой сферы личности для осуществления личностного развития и профессионального роста</p>  |
| <p>Деловой иностранный язык</p> | <p>Знает: основные особенности зарубежной системы образования в области избранной профессии; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные параметры языка конкретной специальности в деловом общении Умеет: создавать устные и письменные тексты, соответствующие конкретной ситуации делового общения; реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по деловому общению Имеет практический опыт: стратегий рефлексии и самооценки в целях самосовершенствования личных качеств и достижений; презентационными технологиями для предъявления информации; исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий</p> |
| <p>Речевая коммуникация</p>     | <p>Знает: особенности речевого и коммуникативного поведения с потребителями услуг, особенности письменной и устной коммуникации Умеет: преодолевать трудности взаимопонимания в формате речевой коммуникации, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на основе орфоэпических, морфологических, лексических, синтаксических норм современного русского литературного языка в научном, официально-деловом стилях Имеет практический опыт: ведения гармоничного диалога для достижения успеха в процессе речевой коммуникации, ведения делового разговора с позиций его языковых и логических основ</p>  |
| <p>Менеджмент</p>               | <p>Знает: основные понятия, виды и технологии организационно-управленческой деятельности, основные задачи и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии, базовые технологии управления в коллективе, основные этапы развития менеджмента с древнейших времен до наших дней, базовую технологию управления саморазвитием на основе принципов образования и личностных характеристик Умеет: организовать работу функциональных подразделений предприятий туристской</p>  |

|                              |  |
|------------------------------|--|
|                              | <p>индустрии и индустрии гостеприимства, организовать работу функциональных подразделений предприятий туристской индустрии и применять методы контроля деятельности структурных подразделений предприятий туристской индустрии, организовывать работу исполнителей и управлять трудовыми коллективами в сфере туризма, организовывать работу исполнителей и управлять трудовыми коллективами Имеет практический опыт: проектирования организационных отношений, исходя из действующей нормативно-правовой базы, определения целей и задач управления структурными подразделениями предприятий туристской индустрии, осуществления организационно-управленческой деятельности внутри коллектива, принятия решений в профессиональной деятельности</p>   |
| Иностранный язык             | <p>Знает: основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные различия письменной и устной речи Умеет: продуцировать адекватные в условиях конкретной ситуации общения устные и письменные тексты; адекватно понимать и интерпретировать смысл и намерение автора при восприятии устных и письменных аутентичных текстов; выявлять сходство и различия в системах родного и иностранного языка Имеет практический опыт: использования учебных стратегий для организации своей учебной деятельности; когнитивных стратегий для автономного изучения иностранного языка; приемов запоминания и структурирования усваиваемого материала; интернет-технологий для выбора оптимального режима получения информации</p> |
| Русский язык и культура речи | <p>Знает: орфоэпические, лексические, морфологические, синтаксические и стилистические нормы современного русского литературного языка; специфику и жанровое разнообразие стилевой системы русского языка; основные правила делового общения в устной и письменной форме Умеет: создавать грамотные тексты разных жанров в официально-деловом и научном стилях; использовать различные приёмы аргументации для решения задач межличностного взаимодействия в конкретных коммуникативных ситуациях; управлять своим речевым поведением; применять правила русского речевого этикета Имеет практический опыт: создания устных и письменных форм делового текста; использования современных</p>   |



|  |  |
|--|--|
|  | информационных ресурсов для решения коммуникативных задач, в том числе в области деловой коммуникации  |
| Социология   | Знает: методы и технологии социологических исследований, понятие и сущность социологических исследований, методы сбора социологической информации Умеет: работать с социологической информацией для осуществления рыночных исследований и анализа требований клиентов на современном рынке туризма и гостиничных услуг, проводить социологические исследования рынка туристских услуг Имеет практический опыт: использования социологических методов в профессиональной деятельности, проведения социологических исследований потребительского рынка туристских услуг  |
| Производственная практика, проектно-технологическая практика (6 семестр) | Знает: понятие, методы и средства продвижения туристского продукта с использованием современных технологий, запросы, потребности и ключевые ценности основных категорий потребителей туристских услуг, структуру и содержание туристского продукта; виды туристских продуктов: туристских услуг, программ обслуживания, маршрутов и структуры поездок (в зависимости от целей поездок), особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах на конкретном объекте/предприятии туристского бизнеса, основы, методы и практики самоменеджмента, источники получения информации о туристском рынке и его показателях; основные социально-экономические категории туризма, национальные стандарты организации и проектирования туристских услуг, особенности функционирования национального туристского рынка и структуры национальной туристской индустрии, технологические приемы и методы социального взаимодействия при разработке и реализации туристского продукта Умеет: использовать методы и средства продвижения туристского продукта с использованием современных технологий, предлагать клиентам имеющийся в туристской фирме выбор вариантов проведения отдыха и/или путешествий, проводить консультацию туриста по выбранному им месту отдыха и/или путешествия, описывать его достоинства и преимущества, в процессе разработки туристского продукта обеспечивать рациональную организацию технологических процессов турфирмы, практиковать навыки делового общения со специалистами и руководителями на конкретном объекте/предприятии туристского бизнеса, нести личную ответственность за результат, |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>осуществлять анализ информации и проводить мониторинг туристского рынка и обрабатывать информацию в туристских целях, организовывать и согласовывать маршрут путешествия и программу пребывания, дату и время начала и окончания путешествия, его продолжительность, порядок проводов и встречи туристов и прочие условия, являющиеся основой договора с туристом; формировать туристский пакет, разрабатывать программы туристского обслуживания в различных видах туризма с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий туристов, разрабатывать программы туристского обслуживания в различных видах туризма Имеет практический опыт: продвижения и продажи туров, бронирования отдельных туруслуг с использованием информационных технологий в туризме, коммуникаций, консультирования потребителей по туристическим продуктам и отдельным услугам, решения практических задач, связанных с организацией путешествия туристов, анализа и систематизации собранных материалов для составления отчета в письменной форме на государственном языке Российской Федерации, управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей, интерпретации информационных данных о туристском рынке в регионе/стране как результат исследовательской деятельности, организации маршрутов различной направленности и категории сложности во внутреннем и въездном туризме, межкультурных коммуникаций в туристской индустрии для их использования в процессе организации работы туроператоров и турагентов на рынке внутреннего, въездного и выездного туризма, осуществления профессиональной деятельности при разработке программ туристского обслуживания и их реализации</p> |
| <p>Производственная практика, сервисная практика (4 семестр)</p> | <p>Знает: современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туристской индустрии, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туристской индустрии Умеет: осуществлять</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с современными тенденциями мировой туристической индустрии, организовать общение с потребителем туристических услуг, анализировать условия деятельности при организации и разработке туров; осуществлять командный процесс обслуживания потребителей туристических услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в процессе обслуживания потребителя</p> <p>Имеет практический опыт: реализации технологических процессов в туристической деятельности и в процессе обслуживания потребителей туристических услуг, коммуникации в процессе обслуживания потребителей туристических услуг, реализации технологического цикла обслуживания потребителей на основе клиенториентированных технологий, безопасного обслуживания потребителя туристических услуг, на основе международных и российских нормативно-правовых актов, и внутренних стандартов предприятия, выполнения квалификационных требований, должностных инструкций и норм корпоративной культуры предприятий туристической индустрии</p> |
|--|---|

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

| Вид учебной работы   | Всего часов | Распределение по семестрам |
|--|-------------|----------------------------|
|  |             | в часах                    |
|  |             | Номер семестра             |
|  |             | 7                          |
| Общая трудоёмкость дисциплины  | 108         | 108                        |
| <i>Аудиторные занятия:</i>   | 48          | 48                         |
| Лекции (Л)   | 32          | 32                         |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 16          | 16                         |
| Лабораторные работы (ЛР)   | 0           | 0                          |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>  | 53,75       | 53,75                      |
| с применением дистанционных образовательных технологий                     | 0           |                            |
| Подготовка реферата  | 11,75       | 11.75                      |
| Подготовка к зачету  | 20          | 20                         |
| Подготовка к практическим занятиям   | 22          | 22                         |

|  |      |       |
|--|------|-------|
| Консультации и промежуточная аттестация  | 6,25 | 6,25  |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен) | -    | зачет |

## 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                      | Объем аудиторных занятий по видам в часах |    |    |    |
|-----------|---|---|----|----|----|
|           |   | Всего                                     | Л  | ПЗ | ЛР |
| 1         | Теоретические основы корпоративной культуры           | 8   | 4  | 4  | 0  |
| 2         | Формы реализации корпоративной культуры               | 4   | 4  | 0  | 0  |
| 3         | Изучение структурных элементов корпоративной культуры | 24  | 16 | 8  | 0  |
| 4         | Этапы развития корпоративной культуры                 | 12  | 8  | 4  | 0  |

### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия  | Кол-во часов |
|----------|-----------|--|--------------|
| 1        | 1         | Содержание подходов к изучению культуры. Сущность и содержание культуры  | 2            |
| 2        | 1         | Функции корпоративной культуры с учетом потребностей внутренней и внешней среды. Терминологический аспект дисциплины                       | 2            |
| 3        | 2         | Общие подходы к классификации корпоративной культуры   | 2            |
| 4        | 2         | Типология корпоративных культур в рамках аксиологического подхода  | 2            |
| 5        | 3         | Модели и методы изучения корпоративной культуры. Кросскультурные особенности предприятия в процессе работы с партнерами/поставщиками услуг | 2            |
| 6        | 3         | Стратегия построения корпоративной культуры  | 2            |
| 7        | 3         | Особенности влияния корпоративной культуры на структуру организации  | 2            |
| 8        | 3         | Корпоративная культура в системе управления  | 2            |
| 9        | 3         | Корпоративная культура как отражение ключевых компетенций персонала  | 2            |
| 10       | 3         | Влияние состава персонала на развитие корпоративной культуры   | 2            |
| 11       | 3         | Корпоративная культура как фактор развития стиля управления в организации  | 2            |
| 12       | 3         | Ценностные основания корпоративной культуры  | 2            |
| 13       | 4         | Развитие корпоративной культуры в пределах жизненного цикла организации  | 2            |
| 14       | 4         | Механизм трансформации корпоративной культуры  | 2            |
| 15       | 4         | Преодоление сопротивления персонала изменениям корпоративной культуры  | 2            |
| 16       | 4         | Диагностика корпоративной культуры   | 2            |

### 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара  | Кол-во часов |
|-----------|-----------|--|--------------|
| 1         | 1         | Возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры. Основные характеристики корпоративной культуры                        | 2            |
| 2         | 1         | Условия и факторы формирования современной корпоративной культуры. Морально-психологический климат, совместимость людей в корпоративном взаимодействии | 2            |

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| 3 | 3 | Корпоративная культура: современное состояние          | 2 |
| 4 | 3 | Деловая игра "Деловые переговоры и совещания"          | 4 |
| 5 | 3 | Составление корпоративного кодекса туристской компании | 2 |
| 6 | 4 | Диагностика корпоративной культуры                     | 4 |

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                     |  |         |              |
|------------------------------------|--|---------|--------------|
| Подвид СРС                         | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс   | Семестр | Кол-во часов |
| Подготовка реферата                | Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А.В. Колесников. - М.: Изд-во Юрайт, 2021. - 168 с. Васильева, Л. В. Основы деловой этики и корпоративной культуры : учебное пособие / Л. В. Васильева. — Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/38923">https://e.lanbook.com/book/38923</a> (дата обращения: 07.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | 7       | 11,75        |
| Подготовка к зачету                | Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А.В. Колесников. - М.: Изд-во Юрайт, 2021. - 168 с. Васильева, Л. В. Основы деловой этики и корпоративной культуры : учебное пособие / Л. В. Васильева. — Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/38923">https://e.lanbook.com/book/38923</a> (дата обращения: 07.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | 7       | 20           |
| Подготовка к практическим занятиям | Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А.В. Колесников. - М.: Изд-во Юрайт, 2021. - 168 с. Васильева, Л. В. Основы деловой этики и корпоративной культуры : учебное пособие / Л. В. Васильева. — Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/38923">https://e.lanbook.com/book/38923</a> (дата обращения: 07.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | 7       | 22           |

### 6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия  | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов  | Учи-тыва-ется в ПА |
|------|----------|------------------|--|-----|------------|--|--------------------|
| 1    | 7        | Текущий контроль | Возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры. Основные характеристики корпоративной культуры                        | 1   | 5          | «отлично» - позиция полностью раскрыта, речь грамотная, собственная точка зрения хорошо аргументирована, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«хорошо» - позиция полностью раскрыта, представлена собственная точка зрения, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«удовлетворительно» - позиция раскрыта частично, представлена собственная точка зрения, но студент не отвечает на дополнительные вопросы;<br>«неудовлетворительно»- позиция раскрыта частично, не представлена собственная точка зрения, студент не отвечает на дополнительные вопросы. | зачет              |
| 2    | 7        | Текущий контроль | Условия и факторы формирования современной корпоративной культуры. Морально-психологический климат, совместимость людей в корпоративном взаимодействии | 1   | 5          | «отлично» - позиция полностью раскрыта, речь грамотная, собственная точка зрения хорошо аргументирована, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«хорошо» - позиция полностью раскрыта, представлена собственная точка зрения, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«удовлетворительно» - позиция раскрыта частично, представлена собственная точка зрения, но студент не отвечает на дополнительные вопросы;<br>«неудовлетворительно»- позиция раскрыта частично, не представлена собственная точка зрения, студент не отвечает на дополнительные вопросы. | зачет              |
| 3    | 7        | Текущий контроль | Корпоративная культура: современное состояние.   | 1   | 5          | «отлично» - позиция полностью раскрыта, речь грамотная,  | зачет              |

|   |   |                  |   |   |   |  |       |
|---|---|------------------|---|---|---|--|-------|
|   |   |                  | Кросскультурные особенности предприятия в процессе работы с партнерами/поставщиками услуг |   |   | собственная точка зрения хорошо аргументирована, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«хорошо» - позиция полностью раскрыта, представлена собственная точка зрения, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«удовлетворительно» - позиция раскрыта частично, представлена собственная точка зрения, но студент не отвечает на дополнительные вопросы;<br>«неудовлетворительно»- позиция раскрыта частично, не представлена собственная точка зрения, студент не отвечает на дополнительные вопросы.   |       |
| 4 | 7 | Текущий контроль | Деловая игра "Деловые переговоры и совещания"   | 1 | 5 | «отлично» - позиция полностью раскрыта, речь грамотная, собственная точка зрения хорошо аргументирована, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«хорошо» - позиция полностью раскрыта, представлена собственная точка зрения, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«удовлетворительно» - позиция раскрыта частично, представлена собственная точка зрения, но студент не отвечает на дополнительные вопросы;<br>«неудовлетворительно»- позиция раскрыта частично, не представлена собственная точка зрения, студент не отвечает на дополнительные вопросы. | зачет |
| 5 | 7 | Текущий контроль | Составление корпоративного кодекса туристской компании                                    | 1 | 5 | «отлично» - позиция полностью раскрыта, речь грамотная, собственная точка зрения хорошо аргументирована, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«хорошо» - позиция полностью раскрыта, представлена собственная точка зрения, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«удовлетворительно» - позиция раскрыта частично, представлена собственная точка зрения, но студент не отвечает на дополнительные вопросы;   | зачет |

|   |   |                          |                                    |   |    |  |       |
|---|---|--------------------------|------------------------------------|---|----|--|-------|
|   |   |                          |                                    |   |    | «неудовлетворительно»- позиция раскрыта частично, не представлена собственная точка зрения, студент не отвечает на дополнительные вопросы.   |       |
| 6 | 7 | Текущий контроль         | Диагностика корпоративной культуры | 1 | 5  | «отлично» - позиция полностью раскрыта, речь грамотная, собственная точка зрения хорошо аргументирована, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«хорошо» - позиция полностью раскрыта, представлена собственная точка зрения, студент отвечает на дополнительные вопросы;<br>«удовлетворительно» - позиция раскрыта частично, представлена собственная точка зрения, но студент не отвечает на дополнительные вопросы;<br>«неудовлетворительно»- позиция раскрыта частично, не представлена собственная точка зрения, студент не отвечает на дополнительные вопросы. | зачет |
| 7 | 7 | Текущий контроль         | Рефератс                           | 1 | 10 | Введение – 2 балла<br>Содержание – 4 балла<br>Заключение – 2 балла<br>Наличие библиографического списка – 1 балл<br>Наличие ссылок на источники – 1 балл   | зачет |
| 8 | 7 | Промежуточная аттестация | Тестирование                       | 1 | 40 | На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)<br>зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...100 %<br>не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %     | зачет |



## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения   | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|--|---|
| зачет                        | На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...100 % не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 % | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения  | № КМ |   |    |   |   |    |    |    |
|-------------|--|------|---|----|---|---|----|----|----|
|             |  | 1    | 2 | 3  | 4 | 5 | 6  | 7  | 8  |
| УК-3        | Знает: кросскультурные особенности предприятия в процессе работы с партнерами/поставщиками услуг при организации туристской деятельности и при реализации туристского продукта |      |   | ++ |   | + |    |    | ++ |
| УК-3        | Умеет: обеспечивать оптимальные межличностные взаимоотношения на предприятиях туристской индустрии с учетом корпоративной культуры общения                                     |      |   | ++ |   | + |    |    |    |
| УК-3        | Имеет практический опыт: общения на вербальном и невербальном уровне в рамках корпоративной культуры предприятия туристской индустрии  |      |   | +  |   | + |    |    |    |
| УК-4        | Знает: элементы и характеристики корпоративной культуры на предприятии туристской индустрии  | +    |   |    |   |   | ++ | ++ | ++ |
| УК-4        | Умеет: организовывать деловое взаимодействие в группе, применять коммуникативные техники и технологии делового общения в устной и письменной формах                            |      |   |    |   |   | ++ |    |    |
| УК-4        | Имеет практический опыт: диагностики типа культуры, формирования профиля коммуникативной корпоративной культуры на предприятии туристской индустрии                            |      |   |    |   |   | ++ |    |    |
| ПК-5        | Знает: базовые характеристики договорных технологий с «корпоратами» на предприятиях туристской индустрии   |      |   |    | + |   |    |    | ++ |
| ПК-5        | Умеет: вести договорные переговоры с клиентами и партнерами, предоставляющими услуги, входящие в туристский продукт  |      |   |    | + |   |    |    |    |
| ПК-5        | Имеет практический опыт: ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов  |      |   |    |   | + |    |    |    |

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Методические рекомендации для подготовки к занятиям

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Методические рекомендации для подготовки к занятиям

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы                         | Наименование ресурса в электронной форме          | Библиографическое описание  |
|---|--|---|---|
| 1 | Методические пособия для преподавателя | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Евченко, О. С. Основы корпоративной культуры: практикум : учебное пособие / О. С. Евченко. — Тольятти : ТГУ, 2020. — 70 с. — ISBN 978-5-8259-1542-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/167149">https://e.lanbook.com/book/167149</a> (дата обращения: 07.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.   |
| 2 | Дополнительная литература              | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Крестьянова, Е. Н. Корпоративная культура : методические указания / Е. Н. Крестьянова, Ю. А. Левашева, Т. В. Филатов. — Самара : СамГАУ, 2019. — 24 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/123618">https://e.lanbook.com/book/123618</a> (дата обращения: 07.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. |
| 3 | Дополнительная литература              | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Васильева, Л. В. Основы деловой этики и корпоративной культуры : учебное пособие / Л. В. Васильева. — Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/38923">https://e.lanbook.com/book/38923</a> (дата обращения: 07.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.                   |
| 4 | Основная литература                    | Электронная библиотека Юрайт                      | Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А.В. Колесников. - М.: Изд-во Юрайт, 2021. - 168 с. <a href="https://urait.ru/viewer/korporativnaya-kultura-470006#page/1">https://urait.ru/viewer/korporativnaya-kultura-470006#page/1</a>  |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий | № ауд.      | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий   |
|-------------|-------------|--|
| Лекции      | 504<br>(7Р) | 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место |