

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Череднякова А. Б. Пользователь: cheredniakovaab Дата подписания: 27.05.2022	

А. Б. Череднякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.Ф.07 Корпоративная культура
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью**

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.

Л. П. Шестеркина

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Шестеркина Л. П. Пользователь: shesterkinalp Дата подписания: 27.05.2022	

Разработчик программы,
к.филол.н., доцент

Е. Н. Васильева

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Васильева Е. Н. Пользователь: rekskovaen Дата подписания: 27.05.2022	

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - научить студентов планированию и реализации комплекса мероприятий по формированию или поддержанию корпоративной культуры компании, грамотному решению проблемных ситуаций, а также сформировать навык аналитической работы в данной области. Задачи: 1. Определить место корпоративной культуры в системе продвижения организации, выявить степень и уровни соотношения с другими составляющими. 2. Изучить основные понятия, функции, элементы, виды корпоративной культуры. 3. Рассмотреть основные инструменты формирования и поддержания корпоративной культуры. 4. Изучить особенности корпоративной культуры многонациональной организации.

Краткое содержание дисциплины

Изучение данного курса предполагает не только теоретическую подготовку студентов в вопросах структуры, функций корпоративной культуры, но и формирование у них практических умений и навыков по формированию, диагностике, совершенствованию и поддержанию корпоративной культуры на достойном уровне в организациях разного уровня и сфер деятельности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации. Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации. Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности. Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.06 Имиджелогия	1.Ф.03 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, 1.Ф.09 Практикум по видам профессиональной деятельности

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

Дисциплина	Требования
1.Ф.06 Имиджелогия	Знает: Основные принципы построения имиджа компаний (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности)., Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций. Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий., Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне., Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 20,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		6
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0

<i>Самостоятельная работа (CPC)</i>	87,5	87,5
Подготовка электронных презентаций	16	16
Выполнение контрольных точек	40	40
Выполнение домашних заданий	29,5	29,5
Просмотр видеофильма	2	2
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы корпоративной культуры	3	1	2	0
2	Особенности формирования и поддержания корпоративной культуры	6	2	4	0
3	Корпоративная культура и межкультурная коммуникация	3	1	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теоретические основы изучения корпоративной культуры	1
1	2	Функции, виды и элементы корпоративной культуры	1
2	2	Корпоративное издание, специальное мероприятие, корпоративный сайт как компоненты корпоративной культуры	1
2	3	Особенности корпоративной культуры многонациональной корпорации	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Корпоративный кодекс, корпоративный стандарт, регламент и т.д.: особенности составления, виды	2
2	2	Виды и элементы корпоративной культуры	2
3	2	Контент корпоративного сайта и корпоративная культура	2
4	3	Анализ корпоративной культуры многонациональной корпорации	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение CPC	
Подвид CPC	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ре

Подготовка электронных презентаций	1. Пескова, Е.Н. Публичная презентация / Е.Н. Пескова // Студенческий PR-проект. - Челябинск: центр ЮУрГУ, 2010. - С. 63-69; 2. Каптерев, А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев. - М.: Издательство "Манн, Иванов и Фербер, 2014. - С. 1-150.
Выполнение контрольных точек	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальности менеджментом в управлении / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 46-61; С. 23; 2. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративная коммуникация с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальность) «Менеджментом в управлении с общественностью» / Л.В. Минаева. - М.: Аспект Пресс , 2010. – С. 65-72; 3. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме / В.Г. Зинченко. – М.: Издательство «ФЛИНТА», 2007. – С. 105-120; 4. Все лекции
Выполнение домашних заданий	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальности менеджментом в управлении / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 36-38; 2. Демин, Д. Корпоративная культура и предотвращение распространенных заблуждений / Д. Демин. – М.: Издательство "Альпина Паблишер", 2010. – С. 1-100; 3. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме / В.Г. Зинченко. – М.: Издательство «ФЛИНТА», 2007. – С. 215-221; 4. Минаева, Л. В. Внутрикорпоративная коммуникация с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальность) «Менеджментом в управлении с общественностью» / Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс , 2010. С. 20-25; 76-84; 84-92; 95-100; 121-128; 149-156; 188-195; 218-255; 260-269; 5. Все лекции
Просмотр видеофильма	https://yandex.ru/video/preview/?text=страх%20и%20трепет%20фильм%20смотреть%20онлайн&-reqid=1636045187007258-8551648566654819867-sas3-0973-1aa-sas-l7-balancer-8080-BAL-2046&wiz_type=vital&filmId=3817180196064641292

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

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-мestr	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	6	Текущий контроль	Задание 1. Анализ корпоративного кодекса	1	5	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Выявление достоинств документа Обоснованное выделение в документе недочетов, недоработок, ошибок Наличие/отсутствие приложений к кодексу Мнение о размещении документа на сайте компании Вывод по проведенному исследованию (о соответствии/несоответствии кодекса требованиям по его составлению, структуре, содержанию, качеству верстки, наличию элементов фирменного стиля, доступности для целевых групп) Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимального возможных по данному заданию	экзамен

						контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.	
2	6	Текущий контроль	Задание 2. Примеры видов и элементов корпоративной культуры	2	7	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Аргументированность Правильность выбора типа корпоративной культуры Иллюстрации в ответе (в части, где дано описание элементов КК) Описание всех элементов КК Срок сдачи работы Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.	экзамен
3	6	Текущий контроль	Задание 3. Материал для корпоративного сайта или группы в социальных сетях	3	7	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие содержания материала носителю Творческая идея Соответствие требованиям жанра Грамотность Своевременность Общее впечатление Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.	экзамен
4	6	Текущий контроль	Задание 4. Эссе по фильму	2	10	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Структура эссе Аргументированность Личное мнение Развернутый вывод Сроки сдачи Бонус (Представлено мнение о том, какие из особенностей корпоративной культуры, обозначенные в фильме, не свойственны российской компании, и почему) Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 6 баллов.	экзамен
5	6	Текущий контроль	Итоговый тест	3	18	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность. Тест состоит из 18 вопросов. Правильный ответ = 1 балл. Задание считается выполненным, если	экзамен

						студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 10,8 балла.	
6	6	Бонус	Бонус 1	-	2	Посещение всех занятий	экзамен
7	6	Бонус	Бонус 2	-	5	Активная работа на всех практических занятиях: участие в обсуждение темы, подготовка презентаций для устных ответов и др.)	экзамен
8	6	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	5	<p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Дисциплина "Корпоративная культура" содержит 5 контрольно-рейтинговых мероприятий (4 - Домашних заданий, 1 - тест) в рамках текущего контроля. Вклад заданий в рейтинг по дисциплине составляет 10% (1 КТ), 20% (3 КТ), 30% (1 КТ). Вес КРМ = 1 (1 КТ), 2 (3 КТ), 3 (1 КТ).</p> <p>Максимальный балл за все задания – 47. Для получения оценки «удовлетворительно» студенту нужно набрать не менее 28,2 балла (60%). Если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать экзамен в традиционной форме (устно по билетам).</p> <p>Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания:</p> <ul style="list-style-type: none"> Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме Владение терминологией по теме 	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с пп. 2.5, 2.6	В соответствии с пп. 2.5, 2.6

	<p>Положением о балльно-рейтинговой системе: "неудовлетворительно" - 0 - 59% "удовлетворительно" - 60-74% "хорошо" - 75-84% "отлично" - 85-100%. Основные требования: Все задания текущего контроля должны быть выполнены. Выполнение заданий промежуточной аттестации не является обязательным (в соответствии с пунктом 2.6 Положения о БРС). Однако, если студент набрал 59% и меньше, то за ним сохраняется право сдавать экзамен в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за экзамен – 5. Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания: Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме Владение терминологией по теме Студент на традиционном экзамене должен набрать не меньше 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию. Бонус-рейтинг дает возможность студенту получить дополнительно 5%.</p>	Положения
--	--	-----------

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ							
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-1	Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.					++++			+
ПК-1	Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации.				+++		+++		
ПК-1	Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.			+				++	
ПК-5	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	++				++			+
ПК-5	Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям							+++	
ПК-5	Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.								++

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

1. Развитие потенциала сотрудников : Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации Текст С. В. Иванова и др. - 2-е изд. - М.: Альпина Паблишерз, 2009. - 279 с.

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

1. Человек и труд
2. Конкуренция и рынок
3. Управление персоналом
4. PR в России

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Соколова, Е.П. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Соколова, Е.П. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме https://e.lanbook.com/book/84378
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений https://e.lanbook.com/book/95480#138
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Каптерев, А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир https://e.lanbook.com/book/62183
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика https://e.lanbook.com/book/68859
5	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов https://urait.ru/viewer/korporativnaya-kultura-470006#page/1
6	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов https://urait.ru/viewer/upravlenie-personalom-468476

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Windows(бессрочно)
3. Microsoft-Office(бессрочно)
4. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стелы, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	239 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.
Контроль самостоятельной работы	239 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.