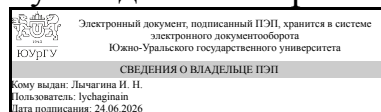


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



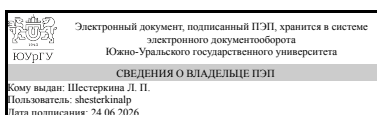
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.08 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

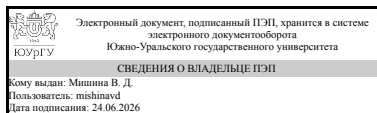
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.филол.н., доц., доцент



В. Д. Мишина

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.07 Имиджелогия	1.Ф.04 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, 1.Ф.10 Практикум по видам профессиональной деятельности, 1.Ф.12 Технологии управления общественным мнением

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

Дисциплина	Требования
1.Ф.07 Имиджелогия	Знает: Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций., Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности). Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности, Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий. Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях. , В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 16,5 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

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

Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	91,5	91,5
Подготовка электронных презентаций	20	20
Выполнение контрольных точек	20	20
Выполнение домашних заданий	29,5	29,5
Решение кейсов	22	22
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	Корпоративная культура: понятие и сущность	2	0	2	0
2	Особенности формирования и поддержания корпоративной культуры	4	0	4	0
3	Корпоративная культура и межкультурная коммуникация	2	0	2	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Теоретические основы изучения корпоративной культуры	1
2	1	Элементы и виды корпоративной культуры	1
3	2	Функции корпоративной культуры организации	1
4	2	Корпоративный кодекс, корпоративный стандарт, регламент и т.д.: особенности составления, виды	1
5	2	Контент веб-сайта и корпоративная культура	1
6	2	Корпоративное издание как компонент корпоративной культуры	1
7	3	Особенности корпоративной культуры многонациональной корпорации	1
8	3	Протоколно-этикетные нормы взаимодействия с партнёрами организации	1

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 электронных презентаций	1. Пескова, Е.Н. Публичная презентация / Е.Н. Пескова // Студенческий PR-проект. -	6	20

	Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. - С. 63-69; 2. Муромцева, А.В. Искусство презентации. Основные правила и практические рекомендации / А.В. Муромцева. - М.: Издательство "ФЛИНТА", 2022. - С. 23-53.		
Выполнение контрольных точек	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальностям экономики и упр. / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 46-61; С. 23; 2. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) "Связи 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	6	20
Выполнение домашних заданий	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальностям экономики и упр. В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 36-38; 2. Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений / Д. Демин. – М.: Издательство "Альпина Паблишер", 2010. – С. 59-70; 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. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. С. 20-25; 76-84; 84-92; 95-101; 102-117; 118-120; 218-255; 260-269; 5. Все лекции	6	29,5
Решение кейсов	1. Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений / Д. Демин. – М.: Издательство "Альпина Паблишер", 2010. – С. 51-58; 2. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальностям экономики и упр. / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 100-119; 3. Лекции и кейсы	6	22

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-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается 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 максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.	экзамен
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. Представление "гостя"	2	13	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие выступления заранее выданной структуре	экзамен

						Предоставление слова «гостю» Свободное владение материалом Зрительный контакт с аудиторией и представляемым человеком Жестикуляция Мимика Соответствие выбранной студентом должности «гостя» его личным характеристикам, умениям и навыкам и т.д., отраженным в представлении Общее впечатление Оценка представления самим «гостем» Своевременность Бонус: Грамотное использование юмора Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,8 балла.	
4	6	Текущий контроль	Задание 4. Деловая игра "Корпоративное издание"	3	12	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие схеме анализа Аргументированность Правильность Развернутый вывод о соответствии ФС сфере деятельности компании, о системности использования элементов и качестве исполнения носителей Командная работа Распределение ролей в команде Терпимость в отношении к чужому мнению Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,2 балла.	экзамен
5	6	Текущий контроль	Итоговый тест	3	30	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность. Тест состоит из 30 вопросов. Правильный ответ = 1 балл. Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 18 баллов.	экзамен
6	6	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	5	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	экзамен

					используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Дисциплина "Корпоративная культура" содержит 9 контрольно-рейтинговых мероприятий (8 - Домашних заданий, 1 - тест) в рамках текущего контроля. Вклад заданий в рейтинг по дисциплине составляет 5% (1 КТ), 10% (5 КТ), 15% (3 КТ). Вес КРМ = 1 (1 КТ), 2 (5 КТ), 3 (3 КТ). Максимальный балл за все задания – 103. Для получения оценки «удовлетворительно» студенту нужно набрать не менее 61,8 балла (60%). Если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать экзамен в традиционной форме (устно по билетам). Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания: Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме Владение терминологией по теме	
--	--	--	--	--	---	--

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 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	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	7%.	
--	-----	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
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:

Не предусмотрена

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. Мишина В. Д. Корпоративная культура : метод. указания для бакалавров / В. Д. Мишина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2018. - 26 с.
2. 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. Мишина В. Д. Корпоративная культура : метод. указания для бакалавров / В. Д. Мишина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2018. - 26 с.
2. 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	Образовательная платформа Юрайт	Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов https://urait.ru/viewer/korporativnaya-kultura-470006#page/1
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / В. М. Маслова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 451 с. https://urait.ru/bcode/559725
3	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Минаева, Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика : учебное пособие / Л. В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 287 с. https://e.lanbook.com/book/68859
4	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Демин, Д. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений / Д. Демин. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 138 с. https://e.lanbook.com/book/95480
5	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Муромцева, А.В. Искусство презентации. Основные правила и практические рекомендации / А.В. Муромцева. - М.: Издательство "ФЛИНТА", 2022. - 110 с. https://znanium.ru/catalog/document?id=431889#headers
6	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Зинченко, В. Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме : учебное пособие / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе. — 3-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2021. — 223 с. https://e.lanbook.com/book/198119

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, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имуущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Экзамен	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имуущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Практические занятия и семинары	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имуущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Лекции	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имуущество: 1. Парты ученические – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.