

**ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский)
университет**



«19» июня 2024 , протокол № 12

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.02.06 Корпоративная культура

Автор (ы) Биягова Ю. В.
Ф.И.О, ученое звание (при наличии), ученая степень (при наличии)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью

1. АННОТАЦИЯ

1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

Дисциплина «Корпоративная культура» изучает возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры. Понятие, сущность и определение современной корпоративной культуры. Основные понятия и ценности корпоративной культуры. Структура современной корпоративной культуры. Основные функции современной корпоративной культуры. Современная корпоративная культура как сложная и открытая система. Формирование и развитие корпоративной культуры предприятия.

После прохождения курса дисциплины «Корпоративная культура» студентами должны быть освоены следующие знания и навыки:

- Теоретическая и методологическая основа формирования корпоративной культуры организации;
- Умение формировать и поддерживать корпоративную культуру организации;
- Умение разработать стратегию и тактику организации для поддержания корпоративной культуры;
- Овладение знаниями диагностики и оценки существующей корпоративной культуры и овладения умениями ее усовершенствования;
- Умение сочетать профессиональную этику и корпоративную культуру для достижения основных целей и задач организации.

1.2. Трудоемкость -2 академических кредита, форма итогового контроля - зачет;

1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности

Дисциплина «Корпоративная культура» тесно взаимосвязана как с общим курсом «Психология рекламной деятельности», а также с дисциплиной «Основы делового общения и деловой этикет». Курс дисциплины «Корпоративная культура» во многом опирается на знания об организационных структурах, моделях и формах их функционирования и их классификации.

1.4. Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
УК – 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез	УК – 1.1	Знает как осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации для решения

	информации, применять системный подход для решения поставленных задач		поставленных профессиональных задач.
		УК – 1.2	Умеет применять системный подход на основе поиска, критического анализа и синтеза информации для решения задач профессиональной области
		УК – 1.3	Владеет навыками поиска, синтеза и критического анализа информации в своей профессиональной области; владеет системным подходом для решения поставленных задач.
УК – 3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК – 3.1	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и деловой коммуникации, а также принципы командной работы.
		УК – 3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в команде; применяет основные нормы социального взаимодействия для самореализации и достижения личных и командных целей.
		УК – 3.3	Владеет навыками осуществления социального взаимодействия, способами реализации своей

			роли в команде
УК – 4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1	Знает особенности устного и письменного общения на русском и иностранном языках; правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации.
		УК-4.2	Умеет применять различные методы делового общения на русском и иностранном языках как в устной, так и в письменной форме.
		УК-4.3	Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках
УК – 5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте.
		УК-5.2	Понимает и воспринимает разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
		УК-5.3	Владеет навыками взаимодействия в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения; а также

			навыками толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
ПК- 6	Способен к документационному сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью (редакционный тип задач)	ПК-6.1	Знать: требования и нормативы к документационному сопровождению проектирования в области рекламы и связей с общественностью
		ПК-6.2	Уметь оформлять документационное сопровождение проектов в сфере рекламы и (или) СО
		ПК-6.3	Владеть: навыками подготовки проектной и сопутствующей проектной документаций (экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)
ПК – 9	Способен организовывать PR мероприятия и мероприятия, способствующие увеличению продаж рекламной продукции	ПК-9.1.	Знать: Основные принципы организации рекламной кампании; Основы проектной деятельности; Корпоративные стандарты, регламенты и иные

			локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		ПК-9.2	Уметь: Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
		ПК-9.3.	Владеть: современными информационно-коммуникационными технологиями, в том числе интернет-технологиями; навыками вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)

2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

2.1. Цели и задачи дисциплины

Цель данной дисциплины заключается в том, чтобы создать теоретическую и практическую базу знаний и навыков о корпоративной культуре, обеспечить студентов профессиональным подходом к проблемным ситуациям, которые возникают в организациях разных сфер деятельности.

Одной из главных задач дисциплины является обеспечение мобильности студентов в постоянно меняющихся условиях профессиональной деятельности в любой сфере, а также их мотивация к новым профессиональным достижениям.

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах) (удалить строки, которые не будут применены в рамках дисциплины)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		<u>4</u> сем	<u> </u> сем	<u> </u> сем	<u> </u> сем.	<u> </u> сем	<u> </u> сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	72						
1.1.Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1.Лекции		18					
1.1.2.Практические занятия, в т. ч.		16					
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов							
1.1.2.2. Кейсы							
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги							
1.1.2.4. Контрольные работы							
1.1.2.5. Другое (указать)							
1.1.3.Семинары							
1.1.4.Лабораторные работы							
1.1.5.Другие виды (указать)							
1.2.Самостоятельная работа, в т. ч.:		38					
1.2.1. Подготовка к экзаменам							
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)							
1.2.2.1.Письменные домашние задания							
1.2.2.2.Курсовые работы							
1.2.2.3.Эссе и рефераты							
1.2.2.4.Другое (указать)							
1.3. Консультации							
1.4. Другие методы и формы занятий							
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)		Зачет					

2.3. Содержание дисциплины

2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6
Тема 1. Введение в дисциплину корпоративная культура, исторический аспект развития и понятие корпоративной		2			
Тема 2. Корпоративная культура - миссия и цели организации		2	2		
Тема 3. Разновидность организационных структур		2	2		
Тема 4. Модели корпоративной культуры		2	2		
Тема 5. Функции корпоративной культуры		2	2		
Тема 6. Диагностика корпоративной культуры		2	2		
Тема 7. Оценка корпоративной культуры		2	2		
Тема 8. Управление корпоративной культурой		2	2		
Тема 9. Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры		2	2		
ИТОГО		18	16		

2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

Тема 1. Введение в дисциплину корпоративная культура, исторический аспект развития и понятие корпоративной культуры

Исторический аспект развития концепции культуры организации. Понятие корпоративной культуры. Определение корпоративной культуры. Причины появления интереса к корпоративной культуре за рубежом в начале 1980-х гг. Теоретические аспекты корпоративной культуры, а именно история данного вопроса, существующие подходы к определению культуры организации. Эффективная корпоративная культура как фактор успеха компании. Формирование корпоративной культуры. Основные признаки формирования корпоративной культуры (Лапина Т.А. “Корпоративная культура”– Омск: Изд-во ОмГУ, 2005г - Глава 1/ Мизелева Г.С., Балакина И.В., Эйдельман Я.Л. Корпоративная культура: взгляд изнутри // Справочник по управлению персоналом. – 2004г. – № 3 – Глава 2).

Тема 2. Корпоративная культура - миссия и цели организации

Создание и поддержание корпоративной культуры. Последовательность работ по внедрению корпоративной культуры. Миссия организации. Соответствие миссии и реальной деятельности организации. Цели организации. Классификация целей организации. Характеристики целей. Классификационная схема факторов, влияющих на цели корпоративной культуры. Взаимосвязь между целями и миссией организации и их отраженность в корпоративной культуре (Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // Управление персоналом. – 2000г. – № 11 – Глава 3 / Ладанов И. Социокультура организации // Управление персоналом. – 1999г. – № 5- Глава 1).

Тема 3. Разновидность организационных структур

Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры. Классификация ценностей организации. Смысло-жизненные ценности организации. Универсальные ценности организации. Партикулярные ценности организации. Форма и содержание этих ценностей. Основные компоненты корпоративной культуры. Классификация ценностей по трудовой ориентации, собственно работы и способов ее выполнения. Система ценностей как основа для корпоративного стремления к совершенству. Философия компании. Игровая структура корпоративной культуры. Имиджевая структура корпоративной культуры. (Магура М.И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений. // Управление персоналом. – 2002г. – № 1 – Глава 3/ Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. — М.: Дело, 1992г.- Глава 2).

Тема 4. Модели корпоративной культуры

Модель Э. Шейна (1986 г.). Культурные индикаторы: язык, одежда, ритуалы, история, архитектура. Принятые ценности и нормы (официальные и неофициальные). Базовые представления о людях в мире (мировоззрение). Уровни формирования модели корпоративной культуры. Модель Ф. Харриса и Р. Морана. Осознание себя и своего места в организации. Коммуникационная система и язык общения. Осознание времени, отношение к нему и его использование. Взаимоотношения между людьми. Процесс развития работника и научение. Трудовая этика и мотивирование (Резник Ю.М., Кравченко К.А. Сущность корпоративной культуры в современной организации // Управление персоналом. – 1998г. – № 8 – Глава 4/ Рафаева О.С. Коррекция корпоративной культуры// Справочник по управлению персоналом. – 2004г. – № 3 – Глава 5).

Тема 5. Функции корпоративной культуры

Информационная функция корпоративной культуры. Познавательная функция корпоративной культуры. усвоении принципов культуры на стадии адаптации работника к организации. Нормативная функция корпоративной культуры. Установление норм приемлемого поведения в организации. Регулирующая функция корпоративной культуры. Ценностная (смыслообразующая) функция корпоративной культуры. Нормы поведения и другие элементы культуры обеспечивают взаимопонимание работников и их взаимодействие. Охранная функция корпоративной культуры. Интегрирующая функция корпоративной культуры. Мотивационная функция корпоративной культуры. Образовательная и развивающая функции корпоративной культуры. Формирование имиджа фирмы (Лапина Т.А. “Корпоративная культура”– Омск: Изд-во ОмГУ, 2005г – Глава 6/ Баринов В.А., Макаров Л.В. Корпоративная культура организации в России// Менеджмент в России и за рубежом. – 2002г. – № 2 – Глава 7).

Раздел 2. Диагностика и оценка корпоративной культуры как основа управления ею

Тема 6. Диагностика корпоративной культуры

Этапы диагностики корпоративной культуры. Инструменты диагностики корпоративной культуры. Анализ документов организации. История развития организации. Стратегические документы компании. Управление персоналом. Системы планирования и контроля. Внутренние и внешние системы коммуникаций. Анкетирование персонала организации. Другие инструменты диагностики. Методы диагностики. Методика критериев оценки. Характеристики корпоративной культуры. Взаимосвязь национальной культуры и культуры организации. Визуализация корпоративной культуры. Условия успешности диагностики. Методологические и методические проблемы диагностики корпоративной культуры (Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры культуры: Пер. с англ. / Под ред. И.В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001г.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента» - Глава 4/ Липатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Вестник Московского университета. – Сер. 14, Психология. – 1997г. – № 4 – Глава 8).

Тема 7. Оценка корпоративной культуры

Этапы оценки корпоративной культуры. Описание стратегии организации как критерия оценки корпоративной культуры. Основные задачи стратегии успешной корпоративной культуры. Построение стратегически необходимой корпоративной культуры. Визуализация стратегически необходимой корпоративной культуры. Возможные требования к критериям организационной культуры. Требования к основным ориентациям организационной культуры. Требования к однородности организационной культуры. Оценка необходимых культурных изменений. Основные подходы к разрешению проблемы несовместимости стратегии и культуры в организации (Лапина Т.А. “Корпоративная культура”– Омск: Изд-во ОмГУ, 2005г – Глава 6/ Тевене М. Культура предприятия: Пер. с фр. / Под ред. В.А. Спивака. – 3-е изд. –СПб.: ИД «Нева», 2003г. – Глава 5).

Раздел 3. Теоретические и практические основы управления корпоративной культурой

Тема 8. Управление корпоративной культурой

Управление корпоративной культурой. Теоретические предпосылки управления корпоративной культурой. Направления управления корпоративной культурой. Соответствие качества корпоративной культуры необходимым преобразованиям. Формирование управления и развития управленческой формы корпоративной культуры. Проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции. Поддержание эффективного управления корпоративной культуры. Проблемы внутренней интеграции. Изменение форм и методов управления корпоративной культуры. Механизмы внедрения и поддержания культурных основ. Формализация управления корпоративной культуры. Влияние корпоративной культуры на управление персоналом (Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учеб. пособие. – М.: Логос, 2002г. – Глава 9 / Романова Ю. Изменение корпоративной культуры: доверить консультантам или возможно провести самим!?! // Управление персоналом. – 2000г. – № 11 – Глава 7).

Тема 9. Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры

Профессиональная этика. Этика бизнеса . Причины повышения внимания к этике бизнеса. Основные концепции в этике бизнеса. Проблемы макроэтики корпоративной культуры. Проблемы микроэтики корпоративной культуры. Способы повышения уровня этичности организации. Этический кодекс

корпорации как составная часть формирования корпоративной культуры. Обучение этичному поведению в процессе развития корпоративной культуры. Стимулирование и мотивация работников с помощью соответствия этики и корпоративной культуры организации (Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: Учеб. пособие. – М.: Консалтбанк, 2002г. – Глава2-3 / Кирьянова Е. Н. Профессиональный отбор и этические нормы его проведения// Управление персоналом. – 1998г. – № 8 – Глава 4 / Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2000г. (Серия «Наука управления») – Глава 2).

2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума

На семинарских занятиях студенты представляют подготовленное выступление и презентации по изучаемым темам, например: Имидж корпорации, Механизм внедрения и поддержания культурных основ в корпорации, Модели корпоративной культуры, Примеры корпоративной культуры в разных странах и т.д.

2.3.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторное обеспечение, проектор, компьютер, принтер, интерактивная доска, интернет.

2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Весы результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля	
	M1	M2	M1	M2	M1	M2				
Вид учебной работы/контроля	M1 ¹	M2	M1	M2	M1	M2				
Контрольная работа (при наличии)										

¹ Учебный Модуль

Устный опрос (при наличии)	0,5							
Реферат (при наличии)	0,5							
Веса результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5			
Веса оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5			
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								
Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля								1
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$

3. Теоретический блок (указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)

3.1 Учебно-методическое обеспечение

а) Базовые учебники

1. Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: Учеб. пособие. – М.: Консалтбанкир, 2002г.
2. Лапина Т.А. “Корпоративная культура”– Омск: Изд-во ОмГУ, 2005г
3. Магура М.И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений // Управление персоналом. – 2002г. – № 1
4. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учеб. пособие. – М.: Логос, 2002г.
5. Резник Ю.М., Кравченко К.А. Сущность корпоративной культуры в современной организации // Управление персоналом. – 1998г. – № 8
6. Спивак В.А. Корпоративная культура. – СПб.: Питер, 2001г.: ил. – (Серия «Учебники для вузов»).
7. Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // Управление персоналом. – 2000г. – № 11

Дополнительная литература

1. Баринов В.А., Макаров Л.В. Корпоративная культура организации в России// Менеджмент в России и за рубежом. – 2002г. – № 2
2. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры культуры: Пер. с англ. / Под ред. И.В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001г.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»)

3. Кирьянова Е.Н. Профессиональный отбор и этические нормы его проведения// Управление персоналом. – 1998г. – № 8
4. Ладанов И. Социокультура организации // Управление персоналом. – 1999г. – № 5
5. Липатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Вестник Московского университета. – Сер. 14, Психология. – 1997г. – № 4
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. — М.: Дело, 1992г.
7. Мизелева Г.С., Балакина И.В., Эйдельман Я.Л. Корпоративная культура: взгляд изнутри // Справочник по управлению персоналом. – 2004г. – № 3
8. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2000г. (Серия «Наука управления»)
9. Рафаева О.С. Коррекция корпоративной культуры// Справочник по управлению персоналом. – 2004г. – № 3
10. Романова Ю. Изменение корпоративной культуры: доверить консультантам или возможно провести самим!/? // Управление персоналом. – 2000г. – № 11
11. Тевене М. Культура предприятия: Пер. с фр. / Под ред. В.А. Спивака. – 3-е изд. –СПб.: ИД «Нева», 2003г.

4. Фонды оценочных средств (указываются материалы, необходимые для проверки уровня знаний в соответствии с содержанием учебной программы дисциплины).

4.1. Перечень вопросов для итоговой оценки (зачета)

1. Определение корпоративной культуры
2. Исторический аспект развития концепции культуры организации
3. Формирование корпоративной культуры
4. Виды корпоративной культуры
5. Игровая структура корпоративной культуры
6. Имиджевая структура корпоративной культуры
7. Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры
8. Корпоративная культура - миссия и цели организации
9. Модели корпоративной культуры (Модель Э. Шейна)
10. Модель Ф. Харриса и Р. Морана
11. Свойства и функции корпоративной культуры
12. Диагностика корпоративной культуры
13. Оценка корпоративной культуры
14. Требования к критериям организационной культуры (методика АТАГ)
15. Управление корпоративной культурой
16. Проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции КК
17. Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры

18. Корпоративная социальная ответственность организаций

19. Кодексы профессиональной этики

5. Методический блок

5.1. Методика преподавания

Преподавание учебной дисциплины «Корпоративная культура» строится на сочетании лекций, семинарских, а также самостоятельной работы студентов.

На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы содержания дисциплины. Лекции проводятся в интерактивной форме с участием студентов в обсуждении, обеспечением «обратной связи» между преподавателем и студентами.

5.1.1. Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Рабочей программой дисциплины «Корпоративная культура» предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 36 часов. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- изучение и усвоение лекционного материала,
- подготовку к контрольным работам и тестам,
- изучение дополнительной литературы по разделам, указанным лектором,
- подготовку к практическим занятиям,
- работу с Интернет-ресурсами,
- подготовку к зачету.

Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников. При самостоятельной работе следует прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме и для освоения последующих разделов курса. Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы.