

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.10.2023 11:59:46  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт    Магистратура  
Кафедра    Социологии и рекламных коммуникаций

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью

---

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	42.04.01    Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Коммуникационный менеджмент
Срок освоения образовательной программы	2 года
Форма обучения	Очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 1 от 26.08.2022 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью»:

Доцент

Мореева Е.В.

Заведующий кафедрой

д. пед.н., проф. Е.Г.Карпова

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» изучается в первом семестре Модуль 1.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

**экзамен**

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части программы.

Основой для освоения дисциплины «Корпоративная культура развития» являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

– Производственная практика. НИР 1;

Результаты обучения по учебной дисциплине Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

– Психологические аспекты рекламы и связей с общественностью;

– Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах;

– Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков;

Результаты освоения учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» в дальнейшем будут использованы при прохождении: Производственная практика. Профессионально-творческая практика и выполнении выпускной квалификационной работы.

## **2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Целями освоения учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» является:

- формирование комплекса теоретических и прикладных знаний об основных этапах формирования системы знаний о современной корпоративной культуре, о принципах, идеалах и ценностях, на которые она должна опираться, а также показать ее растущую роль в сфере рекламы и связей с общественностью.

- дать представление о требованиях к ее формированию в коллективе, о принципах и методах поддержания имиджа организации, о влиянии на организационную эффективность и о роли служб по связям с общественностью в этом процессе.

Результатом обучения по учебной дисциплине «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью».

1.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p><b>ОПК-3</b> Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ИД-ОПК-3.1</b> Анализ многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</li> <li>- анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</li> </ul>
<p><b>ОПК-4</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p><b>ИД-ОПК-4.1</b> Анализ потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений;</li> <li>- применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности;</li> <li>- организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях);</li> <li>- применяет в работе информацию, полученную от аудитории</li> </ul>
<p><b>ОПК-7</b> Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p><b>ИД-ОПК-7.1</b> Осуществление профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применение при разработке и реализации коммуникационного продукта принципов социальной ответственности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений;</li> <li>- применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности;</li> <li>- организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях);</li> <li>- применяет в работе информацию, полученную от аудитории</li> </ul>
<p><b>ПК-2</b> Способен устанавливать и поддерживать контакты с внешней средой</p>	<p><b>ИД-ПК-2.1</b> Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях). Применение в работе информации, полученной от аудитории</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях);</li> <li>- применяет в работе информацию, полученную от аудитории</li> </ul>

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

Общая трудоёмкость учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» по учебному плану составляет

по очной форме обучения –	6	з.е.	216	час.
по очно-заочной форме обучения–	6	з.е.	216	час.

Структура учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося,	промежуточная аттестация, час
1 семестр	экзамен	216	16	36		2		108	54
Всего:		216	16	36		2		108	54

2.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: Корпоративная культура в рекламе и связям с общественностью (очная форма обучения, очно-заочная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
<b>Первый семестр</b>							
ОПК-3 ИД-ОПК-3.1	<b>Раздел I. Введение Методология корпоративной культуры</b>						Формы текущего контроля по разделу I
ОПК-4 ИД-ОПК-4.1	Тема 1.1 Возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры. Основные функции современной корпоративной культуры	2					
ОПК -7 ИД-ОПК-7.1	Практическое занятие № 1.1 Возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры		4				1. устный опрос,
ПК-2 ИД-ПК-2.1	Тема 1.2 Факторы формирования корпоративной культуры	1			1		
	Практическое занятие № 1.2 Факторы формирования корпоративной культуры		4				2. реферат
	Тема 1.3 Ценности как ядро корпоративной культуры	1			1		
	Практическое занятие № 1.3 Ценности как ядро корпоративной культуры		4				3. круглый стол
	Тема 1.4 Виды корпоративной культуры	2					
	Практическое занятие № 1.4 Виды корпоративной культуры		2				
	Тема 1.5 Светская корпоративная культура и культура ритуала	1				х	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальны	Практическая подготовка, час		
	Практическое занятие № 1.5 Светская корпоративная культура		2				4. контрольная работа
	Тема 1.6 Культура ритуала	1				x	
	Практическое занятие № .1.7 Культура подмены		2			x	
	Практическое занятие № 1.8 Особенности организации управления, свойственные светской корпоративной культуре		2			x	
	Практическое занятие № 1.9. Образ руководителя в корпоративной культуре		2			x	
<b>ИД-ОПК-3.1</b> <b>ИД-ОПК-4.1</b> <b>ИД-ОПК-7.1</b> <b>ИД-ПК-2.1</b>	<b>Раздел II. Характеристика основных элементов корпоративной культуры развития</b>	x	x	x	x		Формы текущего контроля по разделу II:  5. тестирование
	Тема 2.1 Уровни корпоративной культуры развития	2				x	
	Практическое занятие № 2.1 Уровни корпоративной культуры развития		2				
	Тема 2.2 Организация управления в корпоративной культуре развития	2			1	x	
	Практическое занятие № 2.2 Организация управления в корпоративной культуре развития		4		1	x	
	Тема 2.3 Корпоративная культура и управленческие стереотипы	2					
	Практическое занятие № 2.3 Корпоративная культура и управленческие стереотипы		2			x	
	Тема 2.4 Корпоративная культура в условиях стратегических	2				x	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальны	Практическая подготовка, час		
	изменений						
	Практическое занятие № 2.4 Корпоративная культура и управление изменениями		2			х	
	Практическое занятие № 2.5 Корпоративная культура развития в условиях стратегических изменений		4				
	Экзамен	х	х	х	х	54	экзамен по билетам
	<b>ИТОГО за первый семестр</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>х</b>	<b>4</b>	<b>72</b>	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>х</b>	<b>4</b>	<b>108</b>	<b>экзамен</b>

### 2.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>	<b>Введение</b>	
Тема 1.1	Возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры	Определение понятия «корпорации», «корпоративной культуры». Факторы формирования корпоративной культуры. Уровни и виды корпоративной культуры
Тема 1.2	Основные функции современной корпоративной культуры Образ руководителя в корпоративной культуре	Организация управления в корпоративной культуре развития. Современная корпоративная культура как сложная и открытая система
<b>Раздел II</b>	<b>Характеристика основных элементов корпоративной культуры развития</b>	
Тема 2.1	Организация управления в корпоративной культуре развития	Методы и технологии организации управления в корпоративной культуре развития Организации коллективного творчества.
Тема 2.2	Корпоративная культура развития в условиях стратегических изменений	Особенности образа участника в корпоративной культуре развития . Организация процесса управления в корпоративной культуре развития.

### 2.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим и лабораторным занятиям, зачетам, экзаменам;
- изучение учебных пособий;
- изучение разделов/тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- написание тематических докладов, рефератов и эссе на проблемные темы;
- аннотирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- конспектирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- участие студентов в составлении тестов;
- проведение исследовательских работ;



- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- подготовка к выполнению индивидуальных работ и отчетов по ним;
- выполнение домашних заданий;
  - подготовка рефератов и докладов, эссе;
  - подготовка к контрольной работе и т.п.;
  - выполнение индивидуальных заданий;
  - подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
  - презентаций по изучаемым темам и др.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом по необходимости;
- проведение научного семинара по теме «Корпоративная культура развития в условиях стратегических изменений»;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин профильного/родственного бакалавриата, которые формировали ОПК и ПК, в целях обеспечения преемственности образования (для студентов магистратуры – в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН);

Перечень тем, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины/модуля, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоёмкость, час
<b>Раздел I</b>	<b>Введение</b>			
Тема 1.1	Основные понятия и ценности корпоративной культуры	Подготовить эссе, реферат;	устное собеседование по результатам выполненной работы	2
Тема 1.2	Структура современной корпоративной культуры	подготовить презентацию	доклад	
<b>Раздел II</b>	<b>Характеристика основных элементов корпоративной культуры развития</b>			
Тема 2.2	Организация управления в корпоративной культуре развития	выполнение домашних заданий	контроль выполненных работ в текущей аттестации	2

## 2.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии не применяются.

Учебная деятельность частично проводится на онлайн-платформе за счет применения учебно-методических электронных образовательных ресурсов:

<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>объем, час</b>	<b>включение в учебный процесс</b>
смешанное обучение	лекции	18	в соответствии с расписанием занятий
	Практические занятия	36	в соответствии с расписанием занятий

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

#### 3.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	Общепрофессиональной компетенции	профессиональных компетенций
высокий		отлично		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на высоком уровне анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</li> <li>- анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</li> <li>-осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования</li> </ul>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-на высоком уровне организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях);</li> <li>- применяет в работе информацию, полученную от аудитории</li> </ul>

				<p>возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений; - применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>	
повышенный		хорошо		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на высоком уровне, но допуская незначительные неточности анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</li> <li>- анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</li> <li>-осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений; - применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности.</li> </ul>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>на высоком уровне, но допуская незначительные неточности организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях);</li> <li>- применяет в работе информацию, полученную от аудитории</li> </ul>

базовый		удовлетворительно		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- допуская серьезные ошибки анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</li> <li>- анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</li> <li>-осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений;</li> <li>- применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности;</li> </ul> <p>–</p>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- с ошибками организует обратную связь с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях);</li> <li>- применяет в работе информацию, полученную от аудитории</li> </ul>
низкий		неудовлетворительно	Обучающийся:	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не</li> </ul>	

			<p>владеет необходимыми для этого навыками и приёмами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– не способен проанализировать особенности корпоративной культуры организации.</li> <li>– не владеет принципами межличностного взаимодействия.</li> <li>– выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя;</li> </ul> <p>ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.</p>
--	--	--	---

#### **4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

##### 4.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

<b>№ пп</b>	<b>Формы текущего контроля</b>	<b>Примеры типовых заданий</b>
1	Устный опрос по теме «Возникновение и становление корпорации, корпоративизма и корпоративной культуры»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность современной корпоративной культуры</li> <li>2. Структура современной корпоративной культуры</li> <li>3. Корпоративная культура в организации — функции и задачи.</li> <li>4. Коррекция конфликтных деловых отношений</li> <li>5. Характеристика ролей в группе (по Рудестаму)</li> </ol>
2	Круглый стол: «Влияние этапа жизненного цикла организации на ее корпоративную культуру»	
3	Контрольная работа по теме «Позитивная корпоративная культура»	<p>Вариант 1</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формулирование целей корпоративной культуры в организации</li> <li>2. Создание информационной основы для обоснования миссии, стратегических и тактических целей и параметров в корпоративной культуре организации</li> </ol> <p>Вариант 2</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Потенциальные возможности подсистем системы управления персоналом по формированию информационной базы системы управления корпоративной культурой</li> <li>2. Анализ внутренней эффективности системы управления корпоративной культурой</li> <li>3. Экспресс-диагностика трудового потенциала по достижению заявленных целей управления</li> </ol>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		корпоративной культурой
4	Реферат по выбранной теме	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.</li> <li>2. Роль дизайнера в формировании корпоративной культуры.</li> <li>3. Фирменный стиль.</li> <li>4. Особенности русской организационной культуры.</li> <li>5. История российской деловой культуры.</li> </ol>
5	Тестирование по теме «Характеристика основных элементов корпоративной культуры развития»	<p>Вариант 1</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Система материальных и духовных ценностей, присущих данной корпорации и отражающих ее индивидуальность — это: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) корпоративная культура; б) миссия организации; в) имидж; г) философия организации.</li> </ol> </li> <li>2. К материальным проявлениям корпоративной культуры относятся: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) ритуалы; б) мифы; в) расположение офиса; г) коммуникации.</li> </ol> </li> <li>3. Понятие корпоративная культура возникло: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) в эпоху Тейлоризма; б) в 30-50 годы XX века; в) в постиндустриальном обществе; г) в индустриальном обществе.</li> </ol> </li> </ol> <p>Вариант 2.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формализованная корпоративная культура, которой присущи такие черты как стремление к долговременному сотрудничеству, медленный карьерный рост в одном узком направлении, первостепенная роль документов свойственна: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) шоу-бизнесу; б) правительственным подразделениям; в) университетам; г) розничной торговле.</li> </ol> </li> <li>2. Корпоративная культура, которая возникает в ситуации необходимости выживания, нет гарантии постоянной работы, но уверенные в себе менеджеры могут быстро сделать карьеру, выведя компанию из кризиса, называется: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) клубная; б) академическая; в) оборонная; г) клановая.</li> </ol> </li> <li>3. Позитивная корпоративная культура характеризуется такими чертами как: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) способствует саморазвитию сотрудников; б) основана на манипулировании; в) функционально ориентирована; г) лично ориентирована.</li> </ol> </li> </ol>

## 4.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Устный опрос	Обучающийся при устном опросе по проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в опросе в группе, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично»		3
	Обучающийся не принимал участие в работе группы, просто присутствовал на занятии. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Контрольная работа	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или опiski, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Работа не выполнена		
Круглый стол	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана		5



Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.		4
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность,		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	<p>нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.</p> <p>Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.</p> <p>Не принимал участия в семинаре- конференции.</p>			
Тестирование	<p>За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.</p> <p>В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения.</p> <p>В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.</p> <p>Правила оценки всего теста:  общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, 20 баллов. Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе:  «2» - равно или менее 40%  «3» - 41% - 64%  «4» - 65% - 84%  «5» - 85% - 100%</p>		5	85% - 100%
			4	65% - 84%
			3	41% - 64%
			2	40% и менее 40%

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Реферат	Обучающийся демонстрирует грамотное использование научной и учебной литературы, правильных методов в решении ситуационных задач демонстрирует умение работать с научной литературой, рассматривает различные подходы к описываемой проблематике, выражает авторскую позицию		5
	Продemonстрировано использование правильных методов при решении поставленных задач и ссылок на использованную литературу. допускает ошибки при использовании основных методик, приемов и способов, а также допускает незначительные ошибки в обобщении материала и интерпретации результатов базовых психологических методик в области мотивации достижения.		4
	Обучающийся использует научную и учебную литературу; допускает значительные ошибки в терминологии, делает некорректные выводы		3
	Обучающимся использованы неверные источники учебной литературы		2

#### 4.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме по билетам	<p><b>Билет 1</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность корпоративной культуры в рекламе и связях с общественностью</li> <li>2. Корпоративная этика как часть культуры организации</li> <li>3. Факторы формирования корпоративной культуры</li> </ol> <p><b>Билет 2</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Воздействие корпоративной культуры на аспекты деятельности организации</li> <li>2. Влияние организационной культуры на деятельность руководителя</li> <li>3. Влияние культуры на персонал организации.</li> </ol>

#### Контрольная работа (Тестирование)

Вариант 1.

**1. Система материальных и духовных ценностей, присущих данной корпорации и отражающих ее индивидуальность — это:**

а) корпоративная культура; б) миссия организации; в) имидж; г) философия организации.

**2. К материальным проявлениям корпоративной культуры относятся:**

а) ритуалы; б) мифы; в) расположение офиса; г) коммуникации.

**3. Понятие корпоративная культура возникло:**

а) в эпоху Тейлоризма; б) в 30-50 годы XX века; в) в постиндустриальном обществе; г) в индустриальном обществе.

**4. Корпоративная культура выполняет функцию:**

а) идентификации; б) рекламную; в) маркетинговую; г) управленческую.

**5. К элементам организационной коммуникации относят:**

а) церемонии; б) легенды; в) обряды; г) артефакты.

**6. Основная цель организации, характеризующаяся социальной полезностью и предназначенная для широкой общественности, прописана в:**

а) уставе; б) философии; в) миссии; г) этическом кодексе.

**7. Корпоративная культура в организации определяет и регламентирует:**

а) объем производства; б) затраты на рекламу; в) поведение сотрудников; г) объем сбыт

**8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

Вариант 2.

**1. Формализованная корпоративная культура, которой присущи такие черты как стремление к долговременному сотрудничеству, медленный карьерный рост в одном узком направлении, первостепенная роль документов свойственна:**

а) шоу-бизнесу; б) правительственным подразделениям; в) университетам; г) розничной торговле.

**2. Корпоративная культура, которая возникает в ситуации необходимости выживания, нет гарантии постоянной работы, но уверенные в себе менеджеры могут быстро сделать карьеру, выведя компанию из кризиса, называется:**

а) клубная; б) академическая; в) оборонная; г) клановая.

**3. Позитивная корпоративная культура характеризуется такими чертами как:**

а) способствует саморазвитию сотрудников; б) основана на манипулировании; в) функционально ориентирована; г) лично ориентирована.

**4. Организация растет, обрастает людьми и технологиями, становится похожей на армию. Основной девиз: делай так, как написано в инструкции. Это происходит на этапе существования организации:**

а) до 5 лет; б) от 5 до 10 лет; в) от 10 до 15 лет; г) старше 15 лет.

**5. Делят корпоративную культуру на 4 типа, используя в качестве анализируемых параметров уровень риска и скорость получения обратной связи:**

а) М. Бурке; б) Д. Зонненфельд; в) Т. Дейл и А. Кеннеди; г) Р. Рюттингер.

**6. Тип корпоративной культуры, который возникает в ситуации необходимости выживания, когда нет гарантии постоянной работы, однако те, кто справились со сложной ситуацией получали признание:**

а) бейсбольная команда; б) клубная; в) академическая; в) оборонная.

**7. Выделяет восемь типов корпоративной культуры по параметрам: взаимодействие с внешней средой, размер и структура организации, мотивация персонала:**

а) М. Бурке; б) Дж. Зонненфельд; в) Т. Дейл и А. Кеннеди; г) Р. Рюттингер.

Вариант 3

**1. Формированием корпоративной культуры в организации занимаются:**

а) PR-специалист; б) HR-менеджер; в) совместно PR и HR-менеджеры; г) генеральный директор.

**2. Изменение корпоративной культуры облегчают такие факторы, как:**

а) недостаток информации; б) недовольство переменами; в) смена руководства; г) кризис.

**3. Изменение корпоративной культуры начинается с:**

а) диагностики корпоративной культуры; б) выяснения, что необходимо изменить; в) составления плана действий; г) разрушения старой культуры.

**4. Инициировать изменение корпоративной культуры необходимо, если:**

а) старая надоела; б) конкуренты начали изменение; в) изменилась форма собственности; г) для мотивации сотрудников.

**5. Причиной сопротивления изменениям может быть:**

а) страх перед неизвестностью; б) смена руководства; в) кризис; г) молодая организация.

**6. Довести до сотрудников основные ценности, которые хотели бы сформировать, лучше с помощью:**

а) приказов; б) слухов; в) корпоративных СМИ; г) менеджеров.

**7. Модель процесса изменений, основанную на организации дисбаланса между движущими и сдерживающими силами, разработал:**

а) Р. Куинн; б) Д. Зонненфельд; в) К. Левин; г) Р. Уотерман.

Вариант 4

**1. Группа людей, имеющих общие цели, взаимодополняющие навыки и умения, высокий уровень взаимозависимости и разделяющих ответственность за достижение конечных результатов — это:**

а) команда; б) социальная группа; в) коллектив; г) корпорация.

**2. Совместимость, которая основывается на взаимодействии особенностей темперамента, потребностей индивида:**

а) социологическая; б) психологическая; в) психофизиологическая; г) личностная.

**3. Система норм и ценностей, моделей поведения, отличающих группу от большинства, представляющая собой самостоятельное целостное образование в рамках доминирующей культуры:**

а) философия; б) субкультура; в) миссия; г) коллектив.

**4. Состояние межличностных и групповых связей в коллективе, преобладающая в коллективе эмоциональная атмосфера, включающая настроения, переживания людей, их отношения друг к другу, к работе и пр.:**

а) социально-психологический климат; б) корпоративная культура; в) система мотивации; г) дружеская обстановка.

**5. Поставьте в соответствующем порядке этапы групповой динамики:**

а) конфликтная стадия; б) образование; в) распад; г) сплочение.

**6. Содержанием конфликтной стадии групповой динамики являются:**

а) разногласия; б) структурирование; в) отказ подчиняться; г) развал.

### **Индивидуальное домашнее задание**

#### **1. «МИР, В КОТОРОМ МЫ ЖИВЕМ»**

Задание выполняется в одном из двух вариантов.

1. Фотосессия, фиксирующая поведение людей (соблюдение или – наоборот – нарушение правил этикета) на улицах Москвы, в помещениях университета и в других общественных местах. Допускаются постановочные фотографии – в этом случае они обязательно должны содержать позитивные примеры. Оформляется в виде презентации, каждая фотография сопровождается кратким текстом. 2. Нарезка коротеньких фрагментов из фильмов, иллюстрирующих соблюдение или нарушение правил этикета. В этом варианте виде сопровождается документом Word, содержащим краткий текст по каждому фрагменту. Не менее 2-3 фрагментов на человека, предпочтительно из разных фильмов. В том числе не более одного по правилам застольного этикета.

*Задание* можно выполнить вдвоем.

Брать готовые фотографии и видео из интернета нельзя!!!

#### **2. Исследовательское задание**

Работа представляет собой документ Word объемом 12-20 страниц (25-30 печатных знаков с пробелами) и выполняется на одну из следующих тем:

1. История этикета в России.

2. Дресс-код: «за» и «против».

3. Дресс-код нефтегазовых компаний: сравнительный анализ.

4. Комплимент: что такое «хорошо» и что такое «плохо»?
5. Цветы и подарки: что такое «хорошо» и что такое «плохо»?
6. Проблема культуры общения в Интернете.
7. Традиционная переписка и e-mail
8. Этикет и религия: правила поведения в культовых местах.
9. Деловой этикет и национальные традиции: проблема совместимости.
10. Банкет, фуршет и традиция русского застолья.
11. Бытовая танцевальная культура – от бала до дискотеки.
12. Культура ведения дискуссии: сравнительный анализ дискуссионных программ на федеральных каналах ТВ (по выбору студентов).
13. Резюме и собеседование.
14. Традиции русского сватовства в кино, на телевидении и в жизни.
15. Правила этикета в литературе и кинематографе (фильм или книга – по выбору студента).
16. Прием гостей: сравнительный анализ сцен приема гостей в романе Л.Н. Толстого «Война и мир».
17. Фирменный стиль нефтегазовых компаний в дизайне холлов нашего университета.
18. Изобразительное искусство в стенах нашего университета.
19. Корпоративная культура студентов: традиция студенческих гимнов.
20. Корпоративная культура студентов: традиция студенческого юмора.
21. Художественные традиции нашего университета.
22. Авторская тема (по согласованию с преподавателем)

## **6.2. Оценочные средства итогового контроля по дисциплине**

### **Вопросы к экзамену:**

1. Формирование концепции организационной культуры и ее роль в менеджменте.
2. Понятие организационной культуры и ее свойства.
3. Структура и уровни организационной культуры.
4. Функции корпоративной культуры.
5. Системный подход к исследованию организационной культуры.
6. Слои организационной культуры и их взаимосвязи.
7. Факторы внешней среды, влияющие на корпоративную культуру.

8. Факторы внутренней среды в развитии организационной культуры.
9. Воздействие корпоративной культуры на организационное поведение.
10. Субкультуры и их виды.
11. Значение субкультур для развития корпоративной культуры.
12. Характеристика сильных и слабых культур.
13. Типологии организационных культур Д. Коула, Ф. Тромпенаарса.
14. Типы корпоративной культуры по К. Камерону и Ф. Куинну и их характеристика.
15. Параметры организационной культуры и их описание.
16. Методы изучения корпоративной культуры.
17. Методика OSAI Камерона и Куина.
18. Описание и аудит корпоративной культуры.
19. Многомерные измерения организационной культуры.
20. Принципы и подходы к формированию организационной культуры .
21. Кадровая политика и лидерство как фактор создания организационной культуры.
22. Стадии и методы формирования корпоративной культуры.
23. Формирование организационной культуры и имидж организации.
24. Методы поддержания организационной культуры.
25. Корпоративная культура и PR.
26. Стратегия организации и ее взаимосвязь с корпоративной культурой.
27. Влияние культуры организации на ее эффективность.
28. Модель Сате.
29. Модель Питерса-Уотермана.
30. Модель Парсонса.
31. Модель Квина-Рорбаха.
32. Развитие организации и изменение корпоративной культуры.
33. Стратегия управления культурой организации.
34. Методы и механизмы изменения корпоративной культуры.
35. Антикризисная организационная культура.
36. Основные подходы к трансформации корпоративной культуры и ее основные этапы.
37. Кросс-культурные различия в международном бизнесе и их формы.
38. Базовые критерии межкультурных различий.



39. Проявление кросс-культурных различий в коммуникациях.

40. Обеспечение эффективной деятельности персонала в международных организациях.

4.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины «Корпоративная культура развития»:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
экзамен: письменное тестирование/ компьютерное тестирование	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. -Пятибалльная система Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за неправильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ. Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту. Рекомендуется установить процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.: «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%		5	85% - 100%
			4	65% - 84%
			3	41% - 64%
			2	40% и менее 40%
экзамен: в устной форме по билетам,	Обучающийся:		5	

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
включающим 2 вопроса	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете;</li> <li>– свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		

#### 4.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль		
- устный опрос		2 – 5
- круглый стол		2 – 5
- реферат		2 – 5
- контрольная работа (темы 1-3)		2 – 5
- тестирование(темы 1-7)		2 – 5
Промежуточная аттестация (традиционная форма)		отлично хорошо
<b>Итого за семестр (дисциплину) экзамен</b>		удовлетворительно неудовлетворительно

### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- ролевых игр;
- тренингов;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр;
- дерево решений
- программа саморазвития

### 6. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связи с общественностью» реализуется при проведении практических занятий и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

- Внедрение и поддержание корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала
- Организовывать и проводить мероприятия с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой
- Применять методы управления межличностными отношениями, формирования команд, развития лидерства и исполнительности, выявления талантов, определения удовлетворенности работой

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы

- Разработка корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала
- Анализировать основные подходы и методы социологии, психологии, экономики труда и управления социальным развитием организации.

## **7. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. В рамках освоения дисциплины «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью» предусмотрено рассмотрение вопросов:

-Профессиональная ориентация лиц с ограниченными возможностями здоровья

как инструмент повышения их экономической активности.

-Особенности менеджмента предприятия при наличии среди персонала лиц с ОВЗ

-Мотивация лиц с ограниченными возможностями как фактор их интеграции в современную культуру предприятия

-Право инвалидов на получение налоговых льгот и особенности его реализации

-Обеспечение интеграции лиц с ОВЗ в современную экономическую среду

общества путем применения современных технологий создания рабочего места

-Проблемы адаптации к корпоративной культуре организации, трудовой мотивации лиц с ОВЗ

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Корпоративная культура в рекламе и связях с общественностью»

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины «Корпоративная культура развития» составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Корпоративная культура развития» при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<b>119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1, корп.4</b>	
аудитории для проведения занятий лекционного типа ауд. 4102	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор,
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации ауд.4224	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор,
аудитории для проведения занятий по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций ауд.. 4224	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины «Корпоративная культура развития» при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с

	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

**9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Корпоративная культура развития»**

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
<b>10.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Одинцов А.А., Одинцова О.В.	Корпоративная культура развития	Монография	М.:ФГБОУ ВПО «МГУДТ»	2015	<a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>	5
2	Тулупьева Т.В.	Лекции по основам технологий деловой коммуникации	учебник	С.Пб.: Изд-во С.-Петербург. у-та,	2019	<a href="https://znanium.com/read?id=373782">https://znanium.com/read?id=373782</a>	
3	Кожемякин Е.А.	Основы теории коммуникации	Учебное пособие	Инфра-М	2021	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=369159">https://znanium.com/catalog/document?id=369159</a>	
4	Капитонов Э. А.	Корпоративная культура: теория и практика	Учебное пособие	М.: Альфа-Пресс	2019,	<a href="https://znanium.com/read?id=354107">https://znanium.com/read?id=354107</a>	
5	Персикова Т. Н.	Корпоративная культура	Учебное пособие	М.: Логос,	2019	<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469297">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469297</a>	
<b>10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Лайкер, Дж.	Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний	Учебное пособие	Альпина Паблишерз, 2014	2020	<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519787">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519787</a>	5
2	Одинцова О. В.	Развитие персонала как условие достижения стратегической цели	монография	М.: РГУ им А.Н. Косыгина	2021	<a href="https://new.znanium.com/">https://new.znanium.com/</a>	-5

3	Кузнецов И. Н	Корпоративная культура	Учебное пособие	Минск: Кн. Дом	2018	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>	-
4	Губачев Н.Н. Одинцова О.В.	Управление корпоративной культурой	Учебное пособие	М. РГУ им А.Н. Косыгина	2021	локальная сеть университета	5
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Одинцова О.В.	Методические указания для подготовки и защиты ВКР по направлению 38.04.03. Управление персоналом	Методические указания	М.: РГУ им А.Н. Косыгина	2019	локальная сеть университета	5
2	Одинцова О.В.	Методические указания для самостоятельной работы для магистрантов по направлению 38.04.03. Управление персоналом	Методические указания	М.РГУ им А.Н. Косыгина	2021		5
3	Ковалева М.Н.	Требования к оформлению отчета об учебно-исследовательской работе	Методические указания	Утверждено на заседании кафедры протокол № 3 от 02.02.18г.	2018	ЭИОС	15



## 10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

10.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

*Информация об используемых ресурсах составляется в соответствии с Приложением 3 к ОПОП ВО.*

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a> - Справочно-правовая система (СПС) «Гарант», комплексная правовая поддержка пользователей по законодательству Российской Федерации
2.	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> - крупнейший российский информационный портал электронных журналов и баз данных по всем отраслям наук;
3.	<a href="http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a> - библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам;

### 10.2. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения с реквизитами подтверждающих документов составляется в соответствии с Приложением № 2 к ОПОП ВО.

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.**

В рабочую программу учебной дисциплины «**Корпоративная культура развития**» внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

<b>№ пп</b>	<b>год обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>