

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Нижегородский государственный технический университет**  
**им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)**

Институт экономики и управления (ИНЭУ)  
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института:

\_\_\_\_\_ С.Н. Митяков  
подпись ФИО

“16” мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.Б.6.17 Основы корпоративной культуры**

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану) для подготовки бакалавров

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Продвижение средств массовой информации»

Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки 2022

Выпускающая кафедра СОМиК

Кафедра-разработчик СОМиК

Объем дисциплины 72/2 часов/з.е

Промежуточная аттестация зачет

Разработчик: Цветкова Е.А., к.. философ.н.,доцент

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2023 год

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08 июня 2017 года № 512 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 06.04.2023 № 16

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика протокол от 20.04.2023 № 4

Зав. кафедрой к.э.н, доцент \_\_\_\_\_ Е.А. Зайцева  
(подпись)

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ,  
Протокол от 16.05.2023 № 4.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ  
регистрационный № 42.03.01-П-38

Начальник МО \_\_\_\_\_

Заведующая отделом комплектования НТБ

\_\_\_\_\_ Н.И. Кабанина  
(подпись)

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. Цели и задачи дисциплины.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины ( модуля).....</b>	<b>5</b>
<b>4. Структура и содержание дисциплины.....</b>	<b>11</b>
<b>5. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.....</b>	<b>19</b>
<b>6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....</b>	<b>26</b>
<b>7. Информационное обеспечение дисциплины.....</b>	<b>27</b>
<b>8. Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ.....</b>	<b>27.</b>
<b>9. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....</b>	<b>28</b>
<b>10. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины.....</b>	<b>29</b>
<b>11. Оценочные средства для контроля освоения дисциплины.....</b>	<b>31</b>

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Цель освоения дисциплины:**

Целью освоения дисциплины является получение представлений о культуре современной организации как элементе системы управления ею через культуру, а так же формирование компетенциарного ресурса профессиональной деятельности по актуализации коммуникаций организации со своими корпоративными аудиториями.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

- воспроизводить и объяснять теоретические основы формирования и обеспечения функционирования культуры организации в ее внутренней и внешней средах
- формулировать задачи внутренней интеграции и внешней адаптации, решаемые в структуре управления организацией через культуру.
- моделировать процессы организации и контроля осуществления профессиональных функций по созданию и руководству культурой организации на основе алгоритмизированных схем управленческих действий при ее формировании и функционировании.
- решать профессиональные задачи на основе приобретенных знаний и умений при формировании, поддержании и изменении культуры организации.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Учебная дисциплина «Основы корпоративной культуры» включена в обязательный перечень дисциплин обязательной части образовательной программы вне зависимости от ее направленности (профиля). Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: Введение в коммуникационные специальности, Маркетинг, Профессионально-ознакомительная практика, Социология рекламы и связей с общественностью, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Правоведение, Социология. Гражданское общество и социальное государство

Дисциплина «Основы корпоративной культуры» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: Интегрированные коммуникации, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Выставочная работа, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Антикризисные связи с общественностью, Основы бренд-менеджмента, Этическое регулирование связей с общественностью, Безопасность в сетевом обществе, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Рабочая программа дисциплины «Основы корпоративной культуры» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

### 3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)<sup>1</sup>

Таблица 1- Формирование компетенций дисциплинам

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
Код компетенции	1	2	3	4	5	6	7	8
Код компетенции ОПК-4								
Введение в коммуникационные специальности ОПК-4	*							
Маркетинг ОПК-4		*						
Профессионально-ознакомительная практика		*		*				
Социология рекламы и связей с общественностью ОПК-				*				
Теория и практика связей с общественностью ОПК-4				*	*			
Теория и практика рекламы ОПК-4				*	*			
Психология рекламы и связей с общественностью ОПК-4					*			
Основы корпоративной культуры ОПК-4					*			
Интегрированные коммуникации ОПК-4						*		
Организация и проведение коммуникационных кампаний ОПК-4						*		
Выставочная работа ОПК-4						*		
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью ОПК-4							*	
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью ОПК-4							*	
Антикризисные связи с общественностью ОПК-4							*	
Основы бренд-менеджмента ОПК-4						*		

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ОПК-4								*
<i>Код компетенции ОПК-7</i>								
<b>Основы корпоративной культуры ОПК-7</b>					*			
Теория и практика массовой информации ОПК-7		*	*					
Профессионально-ознакомительная практика ОПК-7		*						
Правовое регулирование связей с общественностью ОПК-7			*					
Интегрированные коммуникации ОПК-7						*		
Этическое регулирование связей с общественностью							*	
Антикризисные связи с об-							*	
Безопасность в сетевом обществе ОПК-7							*	
Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР ОПК-7								*
<i>Код компетенции УК-10</i>								
<b>Основы корпоративной культуры УК-10</b>					*			
Правоведение УК-10			*					
Социология УК-10			*					
Гражданское общество и социальное государство УК-10		*						
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы УК-10								*

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,  
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП**

Таблица 2- Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине			Оценочные средства	
					Текущего контроля	Промежуточной аттестации
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	<b>Знать:</b> Базовые характеристики «массовой аудитории», понимать социальный смысл участия аудитории ( в том числе корпоративной) в обмене массовой информацией ( ИОПК-4.1.)	<b>Уметь:</b> Определять базовые характеристики «массовой аудитории» , понимать социальный смысл участия аудитории ( в том числе корпоративной) в обмене массовой информацией ( ИОПК-4.1.)	<b>Владеть:</b> Навыками определения базовых характеристик «массовой аудитории», понимания социального смысла участия аудитории ( в том числе корпоративной) в обмене массовой информацией ( ИОПК-4.1.)	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижения компетенций раздела и темы  (Всего 15)
	ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.	<b>Знать:</b> Основы проведения количественного и качественного исследования корпоративной аудитории организации в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности по управлению корпоративной культурой (ИОПК-4.2.)	<b>Уметь:</b> Проводить количественные и качественные исследования корпоративной аудитории организации в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности по управлению корпоративной культурой (ИОПК-4.2.)	<b>Владеть:</b> Навыками проведения количественных и качественных исследований корпоративной аудитории организации в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности по управлению корпоративной культурой (ИОПК-4.2.)	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижения компетенций раздела и темы  (Всего 15)

	ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.	<b>Знать:</b> - Стратегии и тактики взаимодействия со своей корпоративной аудиторией, умения объяснять и интерпретировать информацию интеграционного и адаптационного профиля, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3.)	<b>Уметь:</b> Взаимодействовать со своей аудиторией, уметь объяснять и интерпретировать информацию интеграционного и адаптационного профиля, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3.)	<b>Владеть:</b> Навыками взаимодействовать со своей аудиторией, объяснения и интерпретации информации интеграционного и адаптационного профиля, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3.)	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы  (Всего 15)
	ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.	<b>Знать:</b> Стратегии и тактики осуществления коммуникационной деятельности в различных сферах общественной жизни, организации специальных мероприятий для целевых (корпоративных) аудиторий, широкой общественности и СМИ (ИОПК-4.4.)	<b>Уметь:</b> -Осуществлять коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организовывать специальные мероприятия для целевых (корпоративных) аудиторий, широкой общественности и СМИ (ИОПК-4.4.)	<b>Владеть:</b> Навыками осуществлять коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организации специальных мероприятий для целевых (корпоративных) аудиторий и широкой общественности и СМИ (ИОПК-4.4.)	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы  (Всего 15)



ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	<b>Знать:</b> Критерии оценивания эффективности коммуникативно-культурных проектов организации и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности по управлению корпоративной культурой, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1.)	<b>Уметь:</b> Оценивать эффективность коммуникативно-культурных проектов организации и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности по управлению корпоративной культурой, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1.)	<b>Владеть:</b> -Навыками оценивать эффективность коммуникативно-культурных проектов организации и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности по управлению корпоративной культурой, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1.)	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы  (Всего 15)
	ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом	<b>Знать:</b> - Принципы определения этических и социокультурных норм (в координация с нормативными корпоративными аудиториями организации) и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (в рамках корпоративной индивидуальности и корпоративной идентичности) (ИОПК-7.2.)	<b>Уметь:</b> Определять этические и социокультурные нормы (в координация с нормативными корпоративными аудиториями организации) и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (в рамках корпоративной индивидуальности и корпоративной идентичности) (ИОПК-7.2.)	<b>Владеть:</b> -Навыками определять этические и социокультурные нормы (в координация с нормативными корпоративными аудиториями организации) и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (в рамках корпоративной индивидуальности и корпоративной идентичности) (ИОПК-7.2.)	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы  (Всего 15)

УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК-102. Планирует, организывает и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.	<b>Знать:</b> задачи и формы корпоративной социализации ( в рамках корпоративной идентичности сотрудников ) в целях обеспечения формирования гражданской позиции и предотвращения коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2)	<b>Уметь:</b> срез мероприятия формальной и неформальной корпоративной социализации решать задачи по обеспечению формирования гражданской позиции и предотвращение коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2);	<b>Владеть:</b> навыками применения механизмов первичной и вторичной корпоративной социализации ( в структуре ее мероприятий) при решении задач по обеспечению формирования гражданской позиции и предотвращение коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности(ИУК-10.2).	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы  (Всего 15)
	ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.	<b>Знать:</b> потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3.).	<b>Уметь:</b> реализовать потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3. )	<b>Владеть:</b> систематическими навыками применения потенциала ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3.).	Знаниевые и деятельностные организационно-культурологические задачи	Вопросы и задания (задачи) по индикаторам достижений компетенций раздела и темы  (Всего 15)

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2зач.ед. 72 часа, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

##### Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		5 сем
Формат изучения дисциплины		
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>
1. Контактная работа:	<b>38</b>	<b>38</b>
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	<b>34</b>	<b>34</b>
занятия лекционного типа (Л)	17	17
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	17	17
лабораторные работы (ЛР)		
1.2. Внеаудиторная, в том числе	<b>4</b>	<b>4</b>
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине		
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	4	4
2. Самостоятельная работа (СРС)	<b>34</b>	<b>34</b>
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	34	34
Подготовка к зачёту (контроль)	9	9

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		№ сем 3
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>
1. Контактная работа:	<b>20</b>	<b>20</b>
1.3. Аудиторная работа, в том числе:	16	16
занятия лекционного типа (Л)	8	8
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
1.4. Внеаудиторная, в том числе	<b>4</b>	<b>4</b>
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине		
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	4	4
2. Самостоятельная работа (СРС)	<b>52</b>	<b>52</b>
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	52	52
Подготовка к зачёту (контроль)	4	4

#### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1 - Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
5 семестр									
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	<b>Раздел 1. Основы управления корпоративной культурой. Современная организация и корпоративная культура.</b>					Подготовка к лекциям [6.1.1.с.6-15];	Решение знаний и деятельности организационно-культурологических задач		
	<b>Тема 1.1. Понятие и сущность корпоративной культуры</b>	2			4	Подготовка к практическому занятию [6.3.1]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]			
	<i>Практическое занятие № 1.</i> Подходы к определению понятия «корпоративная культура». Задачи и функции культуры в организации. Первичные и вторичные функции культуры в организации*			2					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	<b>Тема 1.2. Структура и содержание корпоративной культуры</b>	2			4	Подготовка к практическому занятию [6.3.1. с 7]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]	Решение знаний и деятельности организационно-культурологических задач		
	<i>Практическое занятие № 2.</i> *Доминирующая культура и субкультуры в организации			2					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	<b>Тема 1.3. Управление формированием корпоративной культуры</b>	2			6	Подготовка к практическому занятию [6.3.1. с.8-10];	Решение знаний и деятельности организационно-культурологических задач		
	<i>Практическое занятие № 3</i> Субъекты управления корпоративной культурой. Корпоративное лидерство			2					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанных Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	*Символический менеджмент организации					самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]			
	Итого по 1 разделу	6		6	14				
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Раздел 2. Управление символическим капиталом организации Внедрение и поддержание корпоративной культуры					Подготовка к лекциям [6.1.1.с.6-15];			
	Тема 2.1. Корпоративная индивидуальность. Корпоративная миссия и видение	4			6	Подготовка к практическому занятию [6.3.1с.9]; самоосвоение отдельных вопросов темы [6.3.2]	Решение знаиесвых и деятельностных организационно- культурологических задач		
	Практическое занятие № 4.Корпоративная миссия .			4					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Тема 2.2. Корпоративный имидж , корпоративная репутация и корпоративный бренд	3			7	Подготовка к практическому занятию [6.3.1. с 24-29]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]	Решение знаиесвых и деятельностных организационно- культурологических задач		
	Практическое занятие № Корпоративный имидж как стратегический элемент корпоративной культуры * Корпоративная репутация и ее отпечатки			3					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Тема 2.3. Корпоративная идентичность. Корпоративный кодекс. Корпоративная идентичность организации.	4			7	Подготовка к практическому занятию [6.3.1]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]	Решение знаиесвых и деятельностных организационно- куль-		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	Практическое занятие № 7. Корпоративная социализация. * Корпоративная идентичность сотрудников и внутренний коммуникативный имидж организации *Корпоративная идентичность организации и внешний коммуникативный имидж организации			4			турологических задач		
	Итого по 2 разделу	11		11	20				
	ИТОГО по дисциплине	17		17	34				

**Задания к лекционным и практическим задачам работам содержатся в учебном и учебно-методических пособиях автора РПД:**

Таблица 4.1 - Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
5 семестр									
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Раздел 1. Основы управления корпоративной культурой. Современная организация и корпоративная культура.					Подготовка к лекциям [6.1.1.с.6-15];	Решение знаний и деятельности организационно-культурологических задач		
	Тема 1.1. Понятие и сущность корпоративной культуры	1			8	Подготовка к практическому занятию [6.3.1]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]			
	Практическое занятие № 1.Подходы к определению понятия «корпоративная культура». Задачи и функции культуры в организации. Первичные и вторичные функции культуры в организации*			1					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Тема 1.2. Структура и содержание корпоративной культуры	1			8	Подготовка к практическому занятию [6.3.1. с 7]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]	Решение знаний и деятельности организационно-культурологических задач		
	Практическое занятие № 2. *Доминирующая культура и субкультуры в организации			1					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Тема 1.3. Управление формированием корпоративной культуры	1			8	Подготовка к практическому занятию [6.3.1. с.8-10];	Решение знаний и деятельности организационно-культурологических задач		
	Практическое занятие № 3 Субъекты управления корпоративной культурой. Корпоративное лидерство			1					



Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанных Электронных курсов (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	*Символический менеджмент организации					самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]			
	Итого по 1 разделу	3		3	24				
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Раздел 2. Управление символическим капиталом организации Внедрение и поддержание корпоративной культуры					Подготовка к лекциям [6.1.1.с.6-15];			
	Тема 2.1. Корпоративная индивидуальность. Корпоративная миссия и видение	2			8	Подготовка к практическому занятию [6.3.1с.9]; самоосвоение отдельных вопросов темы [6.3.2]	Решение знаниевых и деятельностных организационно- культурологических задач		
	Практическое занятие № 4.Корпоративная миссия .			2					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Тема 2.2. Корпоративный имидж , корпоративная репутация и корпоративный бренд	1			8	Подготовка к практическому занятию [6.3.1. с 24-29]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]	Решение знаниевых и деятельностных организационно- культурологических задач		
	Практическое занятие № Корпоративный имидж как стратегический элемент корпоративной культуры * Корпоративная репутация и ее отпечатки			1					
ОПК-4 ОПК-7 УК-10	Тема 2.3. Корпоративная идентичность. Корпоративный кодекс. Корпоративная идентичность организации.	2			8	Подготовка к практическому занятию [6.3.1]; самоосвоение отдельных вопросов темы * [6.3.2]	Решение знаниевых и деятельностных организационно- куль-		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	Практическое занятие № 7. Корпоративная социализация. * Корпоративная идентичность сотрудников и внутренний коммуникативный имидж организации *Корпоративная идентичность организации и внешний коммуникативный имидж организации			2			турологических задач		
	Итого по 2 разделу	5		5	24				
	ИТОГО по дисциплине	8		8	48				

**Задания к лекционным и практическим задачам работам содержатся в учебном и учебно-методических пособиях автора РПД:**

## 5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

### 5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

#### Тема 1.1. Понятие и сущность корпоративной культуры

##### Практическое занятие № 1

*Знаниевая задача* Культура традиционной и современной организации ( ИОПК-4.4.)

- 1.1. Исторические типы организаций и их культуры. PR как философия современного менеджмента
- 1.2. Понятие и сущность корпоративной культуры: диапазон подходов.

*Деятельностная задача для общего аудиторного задания*

**Задача:** Охарактеризовать направления влияния организационной культуры на деятельность организации .

**Условия задачи:** Корпоративная культура влияет на деятельность организации по следующим направлениям:

1. Культура и поведение людей в организации влияют друг на друга;
2. Культура влияет не столько на то, что люди делают, сколько на то, как они это делают.

*Выполнение:* заполнить встроенную матричную таблицу

Факторы культурного влияния	Задачи культуры в организации		Проявления в организационной жизни
	Внешняя адаптация	Внутренняя интеграция	
1. Кооперация			
2. Принятие решений			
3. Контроль			
4. Коммуникация			
5.Посвященность организации			
6.Оправдание своего поведения			
7.Восприятие организационной среды			

#### Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (зачет)

1. **Понятие и сущность корпоративной культуры организации.** Стратегии и тактики осуществления коммуникационной деятельности организации в различных сферах общественной жизни (ИОПК-4.4.)
2. **Коммуникативные ( первичные и вторичные) функции культуры в организации.** Социальный смысл во внутренней и внешней корпоративной коммуникации на основе обмена массовой информации с корпоративными аудиториями учетом их потребностей и ожиданий. (ИОПК 4.1; 4.3)
- 3.**Задача внутренней интеграции и задача внешней адаптации организации.** Потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной культуры организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими

- корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3.).
- 4. Потенциал коммуникативной стратегии взаимодействия организации со своей аудиторией** на основе объяснения и интерпретации информации, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК 4.3.). Социальный смысл участия внешней ( массовой ) корпоративной аудитории в прямом и обратном обмене массовой информацией с организацией (ИОПК 4.1)
- 5. Структура и содержание корпоративной культуры организации.** Роль нормативных корпоративных аудиторий организации при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом организации в виде корпоративной культуры (ИОПК-7.2.)
- 6. Корпоративное лидерство и культура организации.** Корпоративный лидер и корпоративная личность. Фактор личного вклада в повышение эффективности профессиональной деятельности по управлению корпоративной культурой ( ИОПК-7 .1.)
- 7. Этапы управления корпоративной культурой.** Задачи и методы диагностики корпоративной культуры на основе количественных и качественных исследований корпоративной аудиторий в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности. (ИОПК 4. 2)
8. Типология как инструмент оценки корпоративной культуры. Управление изменением и развитием корпоративной культуры, оценка эффективности проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.(ИОПК-7.1)
- 9. Корпоративная миссия и видение как смысловое ядро корпоративной культуры организации.** Потенциал ценностно-нормативного ресурса в процессе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3.).
- 10. Корпоративная индивидуальность организации .** Ценности организации, их использование их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом ( в рамках корпоративной индивидуальности (ИОПК-7.2)
- 11. Корпоративный имидж как стратегический элемент корпоративной культуры организации .** Продвижение организации через корпоративный имидж ( информационный статус) . Стратегии и тактики организации специальных мероприятий для целевых (корпоративных) аудиторий, широкой общественности и СМИ (ИУОПК-4.4.)
- 12. Корпоративная репутация как стратегический элемент корпоративной культуры организации.** Потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации, его формирование и функционирование в процессе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3.).
- 13. Корпоративная идентичность организации, ее элементы (фирменный стиль, название, логотип, слоган)** и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом ( в рамках корпоративной индивидуальности (ИОПК-7.2)
- 14. Корпоративная социализация ,задачи и формы корпоративной социализации** ( в рамках корпоративной идентичности сотрудников ) в целях обеспечения формирования гражданской позиции и предотвращения коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2)
- 15. Корпоративный кодекс** Принципы определения этических и социокультурных норм ( в координация с нормативными корпоративными аудиториями организации , их использование при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом ( в рамках корпоративной идентичности ( ИОПК-7.2)

## 5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
$40 < R \leq 50$	Отлично	зачет
$30 < R \leq 40$	Хорошо	
$20 < R \leq 30$	Удовлетворительно	
$0 < R \leq 20$	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «зачет» либо «незачет».

Таблица 6 –Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 60-74% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 75-89% от тах рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 90-100% от тах рейтинговой оценки контроля
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией	Изложение учебного материала бессистемное, неполное,	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение	Знает материал на достаточно хорошем	Имеет глубокие знания всего материала структуры

	рией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.	не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточном хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточном хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению

				по освоению	
	ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия, допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
УК-10 «Способны формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению»	ИУК-10.2 Планирует, организывает и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоянию собственной динамики по освоению	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия. Допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно исправляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное, системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
	ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.	Изложение учебного материала бессистемное, неполное, не освоены понятия, Допускаются серьезные ошибки Не способен сформулировать результат и осуществить рефлексивную оценку состоя-	Фрагментарные, поверхностные знания. Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего материала. Допускаются отдельные суще-	Знает материал на достаточно хорошем уровне; определяет понятия Допускаются фрагментарная неточность формулировок самостоятельно ис-	Имеет глубокие знания всего материала структуры дисциплины; освоил новации лекционного курса по сравнению с учебной литературой; изложение полученных знаний полное,



		нию собственной динамики по освоению	ственные ошибки, исправленные с помощью преподавателя. Затруднения при формулировании результатов и их решений	правляемые при собеседовании. Дает в основном рефлексивную оценку собственной динамики по освоению	системное. Дает качественную рефлексивную оценку собственной динамики по освоению
--	--	--------------------------------------	--	--	---

Таблица 7. Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебная литература

- 6.1.1. Основы корпоративной культуры : учебно-методическое пособие для бакалавров / НГТУ им.Р.Е.Алексеева; сост.: Е.А.Цветкова. – Нижний Новгород, 2016. – 48 с.
- 6.1.2. Брендинг и креативные направления PR-деятельности Учеб. пособие. Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко Е.А.Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. – Н. Новгород, 2017. – 94 с

### 6.2. Справочно-библиографическая литература.

- 6.2.1. Цветкова Е.А., Коровина Е.В. PR в структуре управления символическими ресурсами организации // «Актуальные проблемы социальной коммуникации». Материалы 3-й международной научно -практической конференции. Н.Новгород: НГТУ им. Р.Е.Алексеева, 2012 г.с.89-93
- 6.2.2. Коргова, М.А. Менеджмент организации: учеб. пособие для академ. бакалавриата. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 197 с. (ЭБС «Юрайт»)

**6.2.3. Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академ. бакалавриата / Финансовый ун-т при Правительстве РФ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., 2019. – 431 с. (ЭБС «Юрайт»)**

### 6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

- 6.3.1. Основы корпоративной культуры: тематики для самостоятельной работы. Учеб.-метод. пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / НГТУ им. Р.Е. Алексеева; сост.: Е.А.Цветкова. – Н. Новгород. 2019.- 24 стр.

## 7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

### 7.1 Перечень информационных справочных систем

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	<a href="http://www.studentlibrary.ru/">http://www.studentlibrary.ru/</a>
2	Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
3	Юрайт	<a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
4	E-LIBRARY.ru	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>

### 7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) <a href="https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html">https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html</a>
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) <a href="https://www.openoffice.org/ru/">https://www.openoffice.org/ru/</a>

### 7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице 9 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	Единый архив экономических и социологических данных	<a href="http://sophist.hse.ru/data_access.shtml">http://sophist.hse.ru/data_access.shtml</a>

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 10 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.nntu.ru/sveden/accenv/>

Таблица 10 – Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную, информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 – Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	<b>6302</b> учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское ш., 12	1. Доска меловая - 1 шт. 2. Экран - 1 шт. 3. Мультимедийный проектор Epson efn-121 - 1 шт. 4. Ноутбук Sony Vaio: Intel Core2Duo@1.8 Ghz; 2Gb озу; (переносной) - 1 шт. 5. Рабочее место студента - 36 6. Рабочее место преподавателя – 1	1. Windows XP, Prof, S/P3 (подписка Dream Spark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14); 2. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 3. Dr. Web (с/н S684-LRQ5-U7NH-BE97 от 11.05.22)

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- разбор конкретных ( организационно- культурологических) ситуаций.

При преподавании дисциплины «Основы корпоративной культуры», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: электронная почта, ZOOM.

Иницируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с учетом текущей успеваемости.

**Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

**Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

**Результат обучения считается несформированным**, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

## 10.2 Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к

мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

Современные формы лекционных занятий разнообразны и значительно эффективнее нежели традиционные (информационные) лекции, например, *интерактивная лекция (с актуальной обратной связью)*. Ее цель – получение быстрой оперативной информации о степени усвоения учебного материала на занятии, личностному развитию в процессе социального взаимодействия с преподавателем и другими студентами в составе малой группы

Эффективность познавательной деятельности студентов во время такой лекции значительно повышается: улучшается качество процесса запоминания излагаемого на занятии содержания, развивается слуховая оперативная память, если они будут знать, что в конце лекции им будут предложены контрольные вопросы и/или задания.

*Тематики лекций и заданий к лекционным занятиям описаны в учебном пособии*

Брендинг и креативные направления PR-деятельности Учеб. пособие. Е.А. Зайцева, Н.В. Сухенко Е.А.Цветкова - Нижегород. гос. техн. ун-т им Р.Е. Алексеева. – Н. Новгород, 2017. – 94 с. *и в учебно-методическом пособии: Основы корпоративной культуры : учебно-методическое пособие для бакалавров / НГТУ им.Р.Е.Алексеева; сост.: Е.А.Цветкова. – Нижний Новгород, 2016. – 48 с.;*

### **10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах**

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- умение решать ситуационные задачи;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

*Задания к практическим работам описаны в учебно-методическом пособии*

Основы корпоративной культуры : учебно-методическое пособие для бакалавров / НГТУ им.Р.Е.Алексеева; сост.: Е.А.Цветкова. – Нижний Новгород, 2016. – 48 с.; Основы корпоративной культуры: тематики для самостоятельной работы. Учеб.-метод. пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / НГТУ им. Р.Е. Алексеева; сост.: Е.А.Цветкова. – Н. Новгород. 2019.- 24 стр.

### **10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной

среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

*Указания к самостоятельной работе изложены в учебно-методических пособиях Основы корпоративной культуры : учебно-методическое пособие для бакалавров / НГТУ им.Р.Е.Алексеева; сост.: Е.А.Цветкова. – Нижний Новгород, 2016. – 48 с.; Основы корпоративной культуры: тематики для самостоятельной работы. Учеб.-метод. пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / НГТУ им. Р.Е. Алексеева; сост.: Е.А.Цветкова. – Н. Новгород. 2019.- 24 стр.*

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

## 11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний**, включающая:

- рассмотрение прикладных организационно-культурологических задач для оценивания сформированности деятельностного («уметь» и «владеть») компонента индикаторов достижения компетенций дисциплины;
- глоссарная работа или тестирование для оценивания сформированности знаниевого («знать») компонента индикаторов достижения компетенций дисциплины;
- зачет

### 11.2 Типовые задания к практическим занятиям

**Тема 1.3. Управление формированием корпоративной культуры (ИОПК 4. 2)**

*Практическое занятие №3. Субъекты управления корпоративной культурой*

*Тематика для общего знаниевого задания*

**Содержание этапов формирования, поддержания, распространения и изменения корпоративной культуры.**

**Задача:** Показать соответствие качества корпоративной культуры необходимым преобразованиям в организации

Качество корпоративной культуры	Виды преобразований (и их содержание)
Корпоративная культура и стратегия соответствуют друг другу	Поддержание
Корпоративная культура не соответствует стратегии	Изменение
Корпоративная культура не формализована	Формализация
Корпоративная культура не сформирована	Формирование

### 11.3. Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса

### **Тема 1.3. Управление формированием корпоративной культуры (ИОПК 4. 2)**

*Практическое занятие №3. Субъекты управления корпоративной культурой*

*Тематики для группового обсуждения*

1. Диапазон субъектов корпоративной культуры, их место и роль в формировании, функционировании и изменении корпоративной культуры.
2. Личность как субъект корпоративной культуры, ее функционально ролевой ресурс. Феномен «основателей организации». Феномен корпоративного лидерства.

### **11.5. Типовые темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов**

#### **Тема 2.3 Корпоративная идентичность.**

*Практическое занятие № 6. Корпоративная идентичность и визуальный имидж организации (ИОПК-7.2)*

#### **Групповые творческие задания :**

*Задание* Моделирование отдельных профессиональных действий по визуализации фундаментального имиджа в структуре управления корпоративным имиджем.

**1.Название организации и как элемент фирменного стиля.** Покажите, что название как элемент ФС это базовый элемент процесса стратегического позиционирования организации и, следовательно, основной элемент идентичности компании.

**2.Логотип организации как элемент фирменного стиля .** Концептуальное ( метафора и корпоративная индивидуальность) представление об организации, которые должны акцентировать основные качественные характеристики организации и их трансформация в пластические (визуальные) знаки и изуальные (пластические) представления

**3.Функции фирменного стиля.** Раскрыть содержание идентификационной функции фирменного стиля («корпоративной идентичности организации») для внешних и внутренних аудиторий

#### **Индивидуальные задания ( моделирование действий на исследовательском этапе управления культурой организации)**

### **Тема 1.3. Управление формированием корпоративной культуры (ИОПК 4. 2)**

*Практическое занятие №3. Субъекты управления корпоративной культурой*

*Знаниевая задача: Типология корпоративной культуры как основа ее оценки.*

*Деятельностная задача: Разработать анкету для выявления профиля типичного представителя группы «занятые», корпоративного лидера, или аутсайдера организации [6,13].*

### **11.5. Типовые тестовые задания.**

### **Тема 1.3. Управление формированием корпоративной культуры (ИОПК 4. 2)**

*Практическое занятие №3. Корпоративное лидерство как функция руководителя организации*

*1. Этот субъект организует усилия работников, воздействует на них силой личности, фокусирует и реализует энергию членов группы в заданном направлении как выражение власти всех. О каком субъекте корпоративной культуры идет речь?*

А. корпоративный лидер (лидеры-основатели, лидеры доминирующей корпоративной культуры, лидеры субкультуры; В. Корпоративная элита (управленческая и административные элиты); С. Занятые (физические лица работающие в организации! как часть внутренней общественности организации; Д Целевые аудитории (акционеры, потребители, кредиторы). Е. Полезные аудитории (спонсоры, СМИ и др.).

*2. Это наиболее видные представители данной организации, часть ее руководства стоящая над корпорацией и определяющая ее. миссию, кардинальные вопросы*



*жизнедеятельности и общественное лицо. О каком субъекте корпоративной культуры идет речь?*

А. корпоративный лидер (лидеры-основатели, лидеры доминирующей корпоративной культуры, лидеры субкультур). В. Корпоративная элита (управленческая и административные элиты), С. Занятые (физические лица, работающие в организации) как часть внутренней общественности организации; Д. Целевые аудитории (акционеры, потребители, кредиторы), Е. Полезные аудитории (спонсоры, СМИ и др.).

*3. Наиболее общие задачи лидера:*

А. консолидация социальных сил коллектива интеллекта, способностей, энергии и энтузиазма людей; В. Налаживание ритмичной работы во всех звеньях и структурах фирмы; С. Создание нормального социально-психологического климата для эффективного решения производственных и социальных задач, стоящих перед организацией;

Д. правильные ответы А и С;

Е. правильные ответы В и С;

Ж. правильные ответы А и В;

З. все верно И. все неверно.

*4. О каком стиле руководства идет речь?*

Этот стиль основывается на минимальном вмешательстве руководителя в деятельность подчиненных. Руководитель следит за тем, чтобы не было серьезных срывов в работе, манипулирует ресурсами и выполняет роль посредника между вышестоящим руководством и трудовым коллективом. При этом он является основным источником информации о документах, инструкциях, условиях заданий и т.п.

А. Авторитарный (директивный); В. Попустительский (либерально-анархический)  
С. Проблемно-целевой (ситуационный); Д. демократический

*5. Покажите, об особенностях какой культуры идет речь?*

- Может разъединять, а не объединять коллектив организации, выражая конфликты между различными группами в компании;
- Культурные механизмы могут использоваться для принижения значимости, целей, поставленных высшим руководством;
- Порой в своем естественном развитии отступает от выполнения одной из основных своих функций - контроля за деятельностью членов организации

А. доминирующая культура; В. корпоративная культура; С. контркультура; Д. субкультура

*6. Выберите высказывания, соответствующие контркультурной субкультуре в организации.*

А. прямое неприятие ценностей доминирующей организационной культуры

В. оппозиция образцам отношений и взаимодействия, поддерживаемых доминирующей организационной культурой;

С. появление ее в организации обычно связано с тем, что условия, в которых функционируют индивиды или группы, не МОГУТ обеспечить им привычного или желаемого удовлетворения;

Д. все вышеперечисленное;

Е. все неверно

## **11.7. Типовые задачи промежуточной аттестации (зачет)**

Цель: контроль освоенности компетенций учебного курса

1. *Организация и культура*. Корпоративная культура и символический капитал современной организации (ИОПК-4.4.)
2. *Организация и культура* . Задачи и функции корпоративной культуры в организации (ИОПК 4.1; 4.3; 4.4.)
3. *Теоретические основы управления культурой организации* .Содержание и структурно-функциональная организация корпоративной культуры. .Уровни корпоративной культуры. (ИОПК-7.2.)
4. *Теоретические основы управления культурой организации*. Изучение и оценка корпоративной культуры. Задачи и структура управления корпоративной культурой (ИОПК 4. 2; ИОПК-7.1; ИУК-10.3.).
5. *Управление формированием корпоративной культуры*. Корпоративное лидерство и корпоративная индивидуальность ( ИОПК-7 .1.)
6. *Управление формированием корпоративной культуры*.. Корпоративный имидж как инструмент символического менеджмента. (. ИОПК-4.4.; ИОПК-7.2; ИУК-10.3)
7. *Управление формированием корпоративной культуры*. Корпоративная миссия.. Формирование и вербализация концептуального имиджа (видения и философии) (ИУК-10.3.)
8. *Управление внедрением корпоративной культуры* Вербальный имидж организации: имидж-легенда и слоган (ИОПК-7.2)
- 9.. *Управление поддержанием корпоративной культуры*. Корпоративная идентичность и визуальный имидж организации. (ИУОПК-7.2)
- 10.*Управление распространением корпоративной культуры во внутренней среде*. Коммуникативный имидж организации: формы взаимодействия с занятыми. ( ИОПК-7.2 (ИК-10.2)

Полный фон оценочных средств для проведения промежуточной аттестации размещен в учебно-методических пособиях автора РПД

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института ИНЭУ

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины  
Б.1.Б 6.17 «Основы корпоративной культуры»  
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров

Направление :42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Продвижение средств массовой информации»

Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки:

Курс 3 ( очная форма); 2 ( заочная форма)

Семестр 5 (очная форма); 3 ( заочная форма)

а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 20\_\_ г. начала подготовки.

б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

1) .....

2) .....

3) .....

Разработчик (и): \_\_\_\_\_  
(ФИО, ученая степень, ученое звание) « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМиК  
\_\_\_\_\_ протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Заведующий кафедрой

Е.А. Зайцева

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Методический отдел УМУ: \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

---