

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Гаскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 19.05.2025 00:28:17 Уникальный идентификатор документа: 04c19ed8b0b9815b6c077a48609a678886522525	Рабочая программа дисциплины "Корпоративная культура" по направлению подготовки (специальности) 39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Корпоративная культура

Направление подготовки (специальность)

39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2024

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2024 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

С целью формирования профессиональных компетенций в области анализа специфики и состояния корпоративной культуры, овладения технологиями формирования и управления развитием культуры организации решаются следующие задачи:

- освоение теоретических основ корпоративной культуры предприятия;
- изучение культурологических, психологических, педагогических, этических и др. особенностей корпоративной культуры в организациях;
- изучение структуры и функций корпоративной культуры;
- ознакомление с теоретическими и практическими аспектами формирования и развития корпоративной культуры предприятия;
- изучение корпоративной культуры как технологии управления персоналом и формирования позитивного имиджа предприятия;
- освоение и практическое применение технологий управления корпоративной культурой организации.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: К.М.03.ДВ.01.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Изучение дисциплины базируется на компетенциях, освоенных в ходе изучения курсов:

- Деловые коммуникации
- Менеджмент в рекламной деятельности
- Социальная психология
- Социология коммуникаций
- Социология маркетинговых коммуникаций
- Социология организаций
- Основы управления проектами

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Компетенции, приобретённые студентом в ходе освоения дисциплины, используются в дальнейшем при изучении курсов:

- Деловые коммуникации
- Социальная психология
- Социология коммуникаций
- Социология маркетинговых коммуникаций
- Коммуникация в конфликте: международный и отечественный опыт
- Социология культуры (научный семинар)
- Социология управления

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

основные правила и принципы деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Уметь:



пользоваться правилами и принципами деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Владеть:

полным представлением о правилах и принципах деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные понятия и категории корпоративной культуры; теории корпоративной культуры; закономерности и особенности развития явлений корпоративной культуры
3.1.2	
3.1.3	
3.2	Уметь:
3.2.1	давать анализ корпоративной культуры и прогнозировать тенденции его развития; выявлять и характеризовать виды и формы культуры; анализировать социально-политические и социально-культурные факторы, влияющие на культуру организации; разрабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели
3.2.2	
3.2.3	
3.3	Владеть:
3.3.1	применения технологий анализа корпоративной культуры; навыками описания социально-экономических групп – субъектов корпоративной культуры, реализовывать комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики деловых взаимодействий; на основе эффективной корпоративной культуры формировать привлекательный имидж компании.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 72	Виды контроля в семестрах: зачеты 5
в том числе :	
аудиторные занятия : 34	
самостоятельная работа : 34,5	
контактная работа: 37,5 ИКР: 3,5	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Теоретико-методологические основы корпоративной культуры			
1.1	Корпоративная культура как составляющая организационных отношений. Понятие и сущность культуры организаций. Понятие культурной среды организации. /Лек/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.6Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Л3.5 Л3.6 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.2	История исследований феномена организационной культуры. Теоретические подходы к изучению организационной культуры. Особенности рассмотрения данного феномена в зарубежных и отечественных исследованиях. /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.4 Л2.7Л3.2 Л3.7 Л3.8 Л3.9 Л3.10 Л3.11 Л3.12 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8



1.3	Влияние культуры на организационные процессы. Функции организационной культуры. /Пр/	5	1	Л1.1 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.6Л3.1 Л3.4 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.4	Структура корпоративной культуры. /Лек/	5	2	Л1.1 Л3.12Л2.1 Л2.4Л3.4 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.5	Структурные компоненты организационной культуры, их особенности, социально-психологическая характеристика. /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.5 Л1.6Л2.1Л3.4 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.6	Адаптация к организационной культуре. Понятие процесса социальной адаптации к организационной культуре. Формы и уровни адаптации. Особенности процесса адаптации к принципиально новой культурной среде. Концепция культурного шока К. Оберга. /Лек/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л3.12Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.6 Л2.7Л3.1 Л3.4 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.7	Механизмы и трудности адаптации к организационной культуре. Этапы культурной адаптации. Виды адаптации. /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Л3.6Л3.1 Л3.4 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.8	Виды корпоративной культуры. Социально-психологическая характеристика культуры различных социальных организаций. Особенности организационной культуры в зависимости от сферы и рода деятельности организации, их формы собственности, занимаемого положения на рынке или в обществе. /Лек/	5	2	Л1.1 Л1.6Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л3.2Л3.4 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.9	Менталитет в организационной культуре. Исследования Г. Хофштеде. Роль национальных и этнических установок в организационной культуре. Традиционные классификации организационной культуры Дилла и Кеннеди, Блейка и Мугона, Оучи. Современные классификации организационных культур Бурке и Ханди. Понятие «высокой» и «низкой» культуры. Признаки «здоровой и нездоровой» организационной культуры. /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.2Л3.1 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.10	Технологии корпоративного общения. /ИКР/	5	2,3	Л1.1 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л3.2 Л3.6Л3.1 Л3.4 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.11	Заинтересованность бизнеса в развитии корпоративной культуры, использовании социальных технологий управления. /Ср/	5	4	Л1.1 Л1.4 Л1.6Л2.1 Л2.5Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8



1.12	Национальное влияние на корпоративную культуру. Культуры организации в Японии, США, Китае, европейских странах, России. /Ср/	5	6	Л1.1 Л1.2 Л1.6Л2.1 Л2.2Л3.4 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
1.13	Субкультуры и контркультура. /Ср/	5	6	Л1.1 Л1.4Л2.1 Л2.2Л3.3 Л3.5 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
Раздел 2. Корпоративная культура и организационная эффективность				
2.1	Организационная культура и управление. Система власти в современной организации как форма многоканальной зависимости индивида от организации. Роль организационной культуры в разрешении базовых организационных противоречий. Организационная культура, как фактор, обуславливающий формирование в организации общего культурного пространства. Системы и основания организационной власти. Взаимосвязь власти, влияния и культуры организации. /Лек/	5	4	Л1.1 Л1.6Л2.1 Л2.4 Л3.2 Л2.5Л3.1 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.2	Системы и основания организационной власти. Взаимосвязь власти, влияния и культуры организации. Формы управления и организационная культура. Организационная культура и стратегии коммуникативного взаимодействия. Организационная культура как синтез общественной культуры и культуры личности. Личная культура руководителя. Социокультурная компетентность руководителя. /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л3.11Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Л2.6Л3.1 Л3.4 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.3	Взаимодействие культур внутри организации. Неоднородность организационной культуры крупных организаций. Стихийные процессы образования субкультур и контркультур. Понятие субкультуры. Гендерные различия в субкультуре. Учет гендерных различий при определении культуры. Особенности взаимодействия разных возрастных групп в составе одной организации. Возрастные и профессиональные субкультуры. Процессы противодействия существующим культурным нормам и ценностям. Контркультура и девиантность в организации. /Лек/	5	2	Л1.1 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.3 Л3.2 Л2.6Л3.4 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.4	Взаимодействие культур внутри организации. /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л3.11Л2.1 Л2.3 Л3.6 Л2.6Л3.4 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.5	Влияние организационной культуры на эффективность деятельности организации. Требования эффективности к культуре организации, ее стратегии, окружению (внешней среде) и технологиям (внутренней среде). Взаимосвязь культуры и организационной стратегии. Необходимость инновационной культуры, основывающейся на индивидуальной инициативе, риске, высокой интеграции, нормальном восприятии конфликтов и широком горизонтальном общении. /Лек/	5	2	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.6Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л3.2Л3.4 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8



2.6	Организационная культура как фактор эффективности деятельности. Взаимосвязь уровня культуры и ее престижа и конкурентоспособности. Организационная культура как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать подразделения организации и отдельных лиц на общие цели. Параметры эффективной организационной культуры. /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.3 Л3.2 Л2.5Л3.1 Л3.7 Л3.8 Л3.10 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.7	Формирование и развитие (оптимизация) культуры организации. Формирование корпоративной культуры с учетом требований степенности, эволюционного характера ее развития и осуществляется определенного комплекса мер. Принципы формирования организационно культуры. Особая роль и ответственность руководителя организации в формировании корпоративной культуры. Формулирование стратегии. Ошибки при формировании корпоративной культуры. Факторы, сопровождающие процесс ее формирования. /Лек/	5	2	Л1.1 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л3.2 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.4 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.8	Анализ организационных процессов и необходимость культурных изменений. Управление процессом культурных изменений. Роль руководителя и возможности привлечения внутренних и внешних консультантов. Основные этапы изменений организационной культуры. Использование позитивных моментов в существующей культуре и опора на них при проведении преобразований. Анализ практики развития организационной культуры. Отечественный и зарубежный опыт развития организационной культуры. /Пр/	5	1	Л1.1 Л1.6 Л3.11Л2.1 Л2.4 Л3.2 Л2.5Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.9	Персонал-технологии в управлении корпоративной культурой предприятия. /ИКР/	5	1,2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л3.11Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.10	Корпоративный кодекс: функции и цели создания. /Ср/	5	6	Л1.1 Л1.3 Л1.5 Л3.11Л2.1 Л2.3 Л3.2 Л2.6Л3.1 Л3.7 Л3.9 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.11	Миссия и стратегия организации в управлении корпоративной культурой. /Ср/	5	4	Л1.1 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л3.2 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.12	Диагностика корпоративной культуры. Методологические и методические проблемы диагностики корпоративной культуры. /Ср/	5	4	Л1.1 Л1.4 Л3.11Л2.1 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8
2.13	Оценка организационной культуры. Построение стратегически необходимой корпоративной культуры. Оценка необходимых культурных изменений. /Ср/	5	4,5	Л1.1 Л1.4 Л3.11Л2.1 Л2.3 Л3.2 Л2.5 Л2.7Л3.1 Л3.7 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств



Тестовые задания
Задания практических работ
Реферат
Устный опрос
Вопросы к зачету

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Генезис понятия корпоративная культура в отечественной и зарубежной научной литературе.
2. Символические основания построения внутрикорпоративных отношений и взаимодействий сотрудников предприятия.
3. Потенциал корпоративной культуры в формировании у персонала приверженности предприятию.
4. Культура делового общения как составная часть корпоративной культуры предприятия.
5. Особенности корпоративной культуры предприятия (коммерческой, социокультурной и пр.) сферы.
6. Психологические механизмы построения корпоративной культуры предприятия.
7. Реализация общеэтических принципов в этике бизнеса, этическом кодексе предприятия.
8. Технологические аспекты формирования и развития корпоративной культуры предприятия.
9. Коммуникативная роль корпоративной культуры предприятия.
10. Корпоративная культура как инструмент менеджмента.

Пример тестирования:

1. Что такое корпоративная культура:

- а) Система общих ценностей, убеждений, норм и правил поведения;
- б) Процесс общения между сотрудниками;
- в) Способ организации рабочего пространства?

2. Какие основные функции корпоративной культуры:

- а) Адаптационная;
- б) Мотивационная;
- в) Регламентирующая;
- г) Коммуникативная;
- д) Интеграционная;
- е) Идентификационная?

3. Как корпоративная культура влияет на мотивацию сотрудников:

- а) Подавляет;
- б) Стимулирует;
- в) Не влияет?

4. Какие типы корпоративных культур выделяют:

- а) "Семья";
- б) "Эйфелева башня";
- в) "Командный дух";
- г) "Управляемая ракета";
- д) "Инкубатор"?

5. Что представляет собой организационная идентичность:

- а) Набор ценностей и норм;
- б) Правила и традиции;
- в) Уникальность и индивидуальность организации?

6. Как можно оценить уровень культуры в организации:

- а) Опросники;
- б) Интервью;
- в) Наблюдение за поведением работников;
- г) Анализ документов?

7. Что представляют собой корпоративные ритуалы и зачем они необходимы:



- а) Церемонии;
- б) Мифы и легенды;
- в) Особые традиции;
- г) Символические действия?

Примерный список вопросов для устного опроса:

1. Дайте определение корпоративной культуры.
2. Перечислите основные функции корпоративной культуры.
3. Как влияет корпоративная культура на мотивацию сотрудников?
4. Приведите примеры типов корпоративных культур.
5. Что такое организационная идентичность?
6. Какие методы можно использовать для оценки уровня корпоративной культуры?
7. Что такое корпоративные ритуалы и для чего они нужны?

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННЫХ ЗАДАНИЙ

1. Разработать модель корпоративной культуры предприятия (базы исследования магистерской диссертации).
2. Составить схему структуры и функций корпоративной культуры (базы исследования магистерской диссертации).
3. Составить характеристику структуры корпоративной культуры (базы исследования магистерской диссертации).
4. Имидж и репутация организации: их связь с корпоративной культурой (базы исследования магистерской диссертации).
5. Персонал-технологии в управлении корпоративной культурой предприятия (базы исследования магистерской диссертации).
6. Этические проблемы корпоративных отношений (базы исследования магистерской диссертации).
7. Этический кодекс организации (базы исследования магистерской диссертации).
8. Персонал-технологии в управлении корпоративной культурой предприятия (базы исследования магистерской диссертации).
9. Технологии приема на работу (базы исследования магистерской диссертации).
10. Технологии управления мотивацией персонала (базы исследования магистерской диссертации).
11. Технологии обучения персонала (базы исследования магистерской диссертации).
12. Технологии оценки работы персонала (базы исследования магистерской диссертации).
13. Жизненный цикл культуры организации (базы исследования магистерской диссертации).
14. Субкультуры в организации (базы исследования магистерской диссертации).
15. Профиль корпоративной культуры (базы исследования магистерской диссертации).
16. Лидерство и трансляция ценностей в организации (базы исследования магистерской диссертации).
17. Особенности корпоративного общения (базы исследования магистерской диссертации).

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Корпоративная культура предприятия: понятие, сущность.
2. Типология корпоративных культур.
3. Типология организационных культур Ч. Хэнди.
4. Типология организационных культур К. Камерона и Р. Куинна.
5. Типология организационных культур Т. Дила и А. Кеннеди.
6. Структура корпоративной культуры.
7. Функции корпоративной культуры предприятия культуры.
8. Имидж организации, его сущность.
9. Имидж и репутация.
10. Функции имиджа. Культурологическая и социально-психологическая сущность имиджа.
11. Развитие корпоративной культуры как технология управления персоналом предприятия.
12. Персонал-технологии в управлении корпоративной культурой предприятия.
13. Технологии приема на работу.
14. Технология управления мотивацией персонала.
15. Технология обучения персонала.
16. Технология оценки работы персонала.
17. Стратегия и миссия организации.
18. Символические основания формирования корпоративно-одоряемых моделей поведения сотрудников



предприятия.

19. Этика и современный бизнес-этикет в регулировании нормативного поведения персонала. Этический кодекс организации.
20. Технологии внутренних и внешних коммуникаций предприятия.
21. Дресс-код: роль и содержание.
22. Этические проблемы корпоративных отношений.
23. Понятие, сущность культуры делового общения. Развитие корпоративной культуры как технология управления персоналом организации.
24. Основные виды корпоративного делового общения.
25. Стратегия организации, ее значение в развитии предприятия и его корпоративной культуры.
26. Понятие миссии. Сравнительная характеристика миссии и цели организации.
27. Значение стратегии и миссии организации как инструмента управления предприятием культурой.
28. Символика организации, ее значение как инструмента коммуникации.
29. Легенды, мифы как образная история организации.
30. Герои организации как ориентиры выбора персоналом корпоративно-одобряемых моделей поведения.
31. Персонал-технологии в управлении корпоративной культурой предприятия.
32. Организация корпоративного досугового общения как фактор развития персонала предприятия. Значение корпоративного досуга, досугового общения в командообразовании.
33. Виды и формы корпоративного досуга, их функции, особенности организации.
34. Технология формирования и развития корпоративной культуры предприятия.
35. Диагностика и проблемное поле культуры организации.
36. Технологии формирования и развития корпоративной культуры.

6.4. Критерии оценивания

Оценки «зачтено» заслуживает студент, владеющий:

- понятиями и категориями корпоративного управления;
- теоретические основ и закономерности развития и функционирования корпоративной культуры;
- современные методы диагностики корпоративной культуры;
- факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры;
- технологиями по формированию корпоративной культуры;
- умениями проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры;
- современными методами диагностики культуры организации;
- приемами изменения корпоративной культуры для оптимизации организации;
- приемами транслирования ценностей внутри организации;
- приемами формирования команды для решений поставленных задач;
- методами формирования корпоративного и персонального имиджа;
- управленческой этикой.

«Зачтено» выставляется студенту, который свободно оперирует терминами, дает полный развернутый аргументированный ответ на все вопросы билета, отвечает на дополнительные вопросы преподавателя, не допустив ошибок или дает в целом верный ответ, допустив незначительные неточности.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который:

- не владеет профессиональной терминологией корпоративного управления;
- не понимает закономерностей развития и функционирования корпоративной культуры;
- не умеет применять современные методы диагностики корпоративной культуры;
- не знает какие факторы оказывают влияние на особенности корпоративной культуры;
- не владеет технологиями по формированию корпоративной культуры;
- не может проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры;
- не владеет современными методами диагностики культуры организации;
- не владеет приемами изменения корпоративной культуры для оптимизации организации;
- не понимает способы транслирования ценностей внутри организации;
- не владеет приемами формирования команды для решений поставленных задач;
- не знает особенностей формирования корпоративного и персонального имиджа;
- не владеет управленческой этикой.

Оценка «не зачтено» ставится студентам, которые допускают грубые ошибки при ответе на вопросы и владеют бытовыми знаниями о корпоративной культуре, но не имеют представления о практическом значении полученной информации.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература



7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Персикова Т.Н.	Корпоративная культура: учебник (https://znanium.com/catalog/document?id=367432)	Москва : Издательская группа "Логос", 2020	ЭБС
ЛП.2	Персикова Т.Н.	Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=367443)	Москва : Издательская группа "Логос", 2020	ЭБС
ЛП.3	Смирнов А. Н.	Как закалялась корпоративная культура: научно-популярное издание (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617190)	Москва : Книгиум, 2021	ЭБС
ЛП.4	Усова А. В.	Корпоративная культура как инструмент развития персонала: модели, методы, возможности (на примере ПАО «Вымпелком»): студенческая научная работа (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618091)	Москва : б.и., 2021	ЭБС
ЛП.5		Корпоративная культура: практическое пособие (http://znanium.com/catalog/document?id=387173)	Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020	ЭБС
ЛП.6	Колесников А. В.	Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/512140)	Москва : Юрайт, 2023	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1		Корпоративная культура: учебно-методическое пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39389)	Омск : Издательство ОМГУ, 2005	ЭБС
ЛП.2	Персикова Т. Н.	Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84788)	Москва : Логос, 2008	ЭБС
ЛП.3	Мартынов Г. И.	Корпоративная культура: научная литература (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87250)	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС
ЛП.4	Сазонов И. Л.	Внешняя среда и корпоративная культура: монография (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139658)	Москва : Лаборатория книги, 2012	ЭБС
ЛП.5	Лисицына А.	Корпоративная культура и управление изменениями	Москва : Альпина-Бизнес Букс, 2006	
ЛП.6	Бехар Г., Голдстейн Д., Суханова М.	Дело не в кофе: корпоративная культура Starbucks: практическое пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=254528)	Москва : Альпина Паблишер, 2016	ЭБС
ЛП.7	Гаспарович Е. О.	Корпоративная культура и социальная ответственность: диагностика, планирование, развитие: учебно-методическое пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696639)	Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019	ЭБС

7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Постовская Я. А.	PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы: монография (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295)	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС



	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛЗ.2	Пирог Я. Ю.	Корпоративная культура: источники, традиции, современное состояние, тенденции развития: монография (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140545)	Москва : Лаборатория книги, 2012	ЭБС
ЛЗ.3	Персикова Т. Н.	Корпоративная культура: учебник (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233786)	Москва : Логос, 2011	ЭБС
ЛЗ.4	Персикова Т. Н.	Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учебное пособие для студентов вузов	Москва : Логос, 2008	
ЛЗ.5	Кузнецов И. Н.	Корпоративная культура: учебное пособие	Минск : Книжный Дом : Мисанта, 2006	
ЛЗ.6	Василенко С. В.	Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом	Москва : Дашков и К, 2010	
ЛЗ.7	Персикова Т. Н.	Корпоративная культура: учебник для вузов	Москва: Логос, 2014	
ЛЗ.8	Нежелченко Е. В., Ясенюк С. Н.	Корпоративная культура: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602413)	Москва, Берлин : Директ -Медиа, 2021	ЭБС
ЛЗ.9	Тао Т., Кремер Д., Чуньбо У.	Huawei: Лидерство, корпоративная культура, открытость: аудиоиздание (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=606521)	Москва : Олимп -Бизнес, 2017	ЭБС
ЛЗ.1 0	Смирнов А. Н.	Как закалялась корпоративная культура: аудиоиздание (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617712)	Москва : Книгиум, 2021	ЭБС
ЛЗ.1 1	Гаспарович Е. О.	Корпоративная культура и социальная ответственность: диагностика, планирование, развитие: учебно-методическое пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698991)	Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020	ЭБС
ЛЗ.1 2		Корпоративная культура: научно-популярное издание (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=619148)	Москва : Альпина Паблишер, 2020	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. URL: http://e.lanbook.com/
Э2	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. URL: http://biblioclub.ru/
Э3	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. URL: https://biblio-online.ru
Э4	BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство КноРус. URL: https://www.book.ru/
Э5	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp
Э6	«Киберленинка» Научная электронная библиотека/ https:// cyberleninka.ru
Э7	Национальная электронная библиотека/ https://rusneb.ru/
Э8	Национальный открытый университет/ http://www.intuit.ru/

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat
LMS Moodle
MS Office365
Adobe Reader
WinDjView



7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Портал «Корпоративная культура»/ <http://hr-portal.ru/tags/korporativnaya-kultura>
2. Российское образование [Электронный ресурс]: федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – Москва, [2002]. – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>, свободный (01.04.2022).
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Москва, [1999]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>, свободный (01.04.2022).
4. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Москва. – Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru>, свободный (01.04.2022).
5. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Москва [2005]. – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.ru/tm77/>, свободный (01.04.2022).
6. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека [научной периодики на русском языке]. – Москва, [1999]. – Доступ к полным текстам после регистрации из сети ЧелГУ. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (01.04.2022).
7. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/?utm_source=sps , свободный (01.04.2022).
8. ГАРАНТ [Электронный ресурс] : информационно-правовой портал [сайт]. – URL: <http://www.garant.ru/>, свободный (01.04.2022).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети:

1. Фонд «Общественное мнение» (www.fom.ru)
2. «Левада-центр» (www.levada.ru)
3. Федеральный образовательный портал (<http://ecsocman.hse.ru/>)
4. Международное рейтинговое агентство Standard&Poor's (<https://www.spglobal.com/ratings/ru/>)
5. Международное рейтинговое агентство Moody's (https://www.moody.com/Pages/default_ee.aspx)
6. Международное рейтинговое агентство Fitch Ratings (<https://www.fitchratings.com>)
7. Международное рейтинговое агентство Universal Credit Rating Group (<http://www.ucrgratings.com>)
8. Международное рейтинговое агентство Scope Group (<https://www.scopegroup.com>)

Сайты периодических изданий:

1. СОЦИС (<http://socis.isras.ru>)
2. СОЦИС (http://www.isras.ru/socis_numbers.html)
3. Социологический журнал (<http://knowledge.isras.ru/sj>)
4. Социологический Форум (<http://www.sociology.ru/forum/index.shtml>)
5. Социологическое обозрение (<http://www.sociologica.ru/Journal.html>)
6. Экономическая социология (<http://www.ecsoc.msses.ru>)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется с использованием средств обучения общего назначения:

- аудитории для проведения лекционных и практических занятий 2-го, 4-го и лабораторного корпусов ЧелГУ с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки);
- компьютерные классы с выходом в интернет;
- учебно-научная лаборатория социально-экономических исследований экономического факультета ЧелГУ (аудитория 122, 2-го учебного корпуса), оборудованная компьютерами с возможностью доступа в интернет (аудитория для самостоятельной работы студентов).



В процессе обучения для целей сбора и обработки социологической информации используются программы: Vortex (лаборатория политологических и социологических исследований Челябинского филиала РАНХиГС), Google Forms, MS Excel. Для представления результатов исследования используются программные средства: MS Word, MS Excel, MS Power Point, Outlook. Для обмена информацией применяются платформы Zoom, Google Meet, Moodle, Teams, Skype.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Комплексное изучение обучающимися учебной дисциплины «Корпоративная культура» предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; индивидуальную работу обучающихся в ходе семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 5.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации).

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы (индивидуальных заданий), обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения («Сократический диалог», «Займи позицию», ПОПС-формула, «Дискуссия в стиле телевизионного ток-шоу», дебаты и т. д.), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: Вопросы психологии; Клуб; Личность. Культура. Общество; Менеджмент в России и за рубежом; Народное образование; Открытое образование; Современные проблемы науки и образования; Социальная работа; Социологические исследования (СОЦИС); Справочник руководителя учреждений культуры.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: Вопросы психологии; Клуб; Личность. Культура. Общество; Менеджмент в России и за рубежом; Народное образование; Открытое образование; Современные проблемы науки и образования; Социальная работа; Социологические исследования (СОЦИС); Справочник руководителя учреждений культуры, а также перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем (задания для индивидуальной самостоятельной работы см. 5.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.

1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «EiBraille-W14J G2»; ноутбуки с программной экранного доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеоувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны.

2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, заушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток»



A2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования.

3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа.

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации NVDA, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой Clevy с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);
- в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Корпоративная культура" по направлению подготовки (специальности)
39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 16

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.