

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Корпоративная культура»

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Корпоративная культура» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

ст.препод.



Е.Г. Грудева

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.



И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

Н. А. Шокотко



1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ
Учебная дисциплина «Корпоративная культура» относится к циклу базовой части профессионального блока дисциплин.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей		
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина базовой части образовательной программы, профессиональный блок	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	1 модульный контроль, 1 зачет в 8 семестре	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	2,5	2,5
Год подготовки	4	4
Семестр	8	8
Количество часов	90	90
- лекционных	20	4
- практических, семинарских	20	4
- лабораторных	—	—
- самостоятельной работы	50	82
в т.ч. индивидуальное задание	30	30
Недельное количество часов,	4	—
в т.ч. аудиторных	4	—

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель — сформировать у будущих специалистов сферы рекламы и связей с общественностью представление о современной корпоративной культуре, о тех принципах, идеалах и ценностях, на которые она должна опираться, а также показать ее растущую роль в успешном функционировании современной организации.

Задачи — ознакомление с различными подходами к исследованию явлений и феноменов корпоративной культуры; проведение сравнительного анализа существующих корпоративных культур; изучение природы, структуры, функций, основных понятий и ценностей корпоративной культуры; изучение соответствующего диагностического инструментария и технологий, необходимых для исследования культуры организации; рассмотрение закономерностей и принципов формирования и развития корпоративной культуры в организациях.

Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины «Корпоративная культура» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки Реклама и связи с общественностью:

а) общекультурных (ОК):

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

б) общепрофессиональных (ОПК):

способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);

умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

в) профессиональных (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

– современную теорию и практику управления корпоративной культурой;

- принципы и методы формирования корпоративной культуры;
- факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры;
- методы поддержания и изменения корпоративной культуры.

уметь:

- определять тип корпоративной культуры;
- проводить оценку особенностей корпоративной культуры;
- использовать различные методы поддержания корпоративной культуры.

владеть навыками:

- диагностики корпоративной культуры;
- использования современных методов и приемов формирования, изменения и поддержания корпоративной культуры.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1	
Тема 1. Теоретические аспекты понятия «корпоративная культура»	Определение понятия «Корпоративная культура». Цель и задачи корпоративной культуры. Содержание корпоративной культуры: уровни, качественные характеристики, функции. Объективная и субъективная формы бытия корпоративной культуры. Типология корпоративных культур по национальным особенностям поведения персонала. Модели корпоративной культуры: Модель Э. Шейна (1986 г.). Модель Ф. Харриса и Р. Морана (осознание себя и своего места в организации).
Тема 2. Типы корпоративной культуры	Критерии типологий культур. Типология С. Ханди – культура власти, роли, задачи, личности. Культура «оранжереи», «собирателей колосьев», «огорода», «французского сада», «крупных плантаций», «лианы», «косяка рыб», «кочующей орхидеи» (М. Бурке). Корпоративный тип культуры, консультативный, «партизанский», предпринимательский (Р. Акофф). Культура высокого риска и быстрой обратной связи, культура низкого риска и быстрой обратной связи, культура высокого риска и медленной обратной связи, культура низкого риска и медленной обратной связи (А.А. Кеннеди). Культура индивидуализма и коллективизма (Г. Ховстед). Культуры, основанные на различных ценностных ориентациях (Ф. Клухона, Ф.Л. Штротбека).
Тема 3. Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры	Ценности как важнейшая категория корпоративной культуры. Основные группы ценностей (смыслоразнозначные, универсальные, партикулярные ценности). Ценности как системообразующий элемент в неформальных группах. Универсальные корпоративные ценности. Оригинальные корпоративные ценности.
Тема 4. Организационная структура корпоративной культуры	Организационная структура корпоративной культуры: формальная и неформальная организационная структура; структура власти и лидерства; нормы и правила (писаные и неписаные) внутреннего взаимодействия; традиции и правила «внутреннего распорядка» (поведения на рабочем месте). Корпоративный кодекс чести. Принципы разработки кодекса чести. основные преимущества, которые дает принятие кодекса чести. Основные составляющие

	внутрикорпоративного кодекса чести.
Тема 5. Структура коммуникаций. Структура социально-психологических отношений	Структура коммуникаций: структура формализованных и неформальных информационных потоков; качество коммуникации: потеря и преобразование информации; направленные действия по «внутреннему PR». Структура социально-психологических отношений: структура взаимных симпатий, выборов, предпочтений; система ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.); внутренняя позиционность и конфликтность; отношение к руководителям организации (авторитетность).
Тема 6. Игровая (мифологическая) структура корпоративной культуры	Язык – «система знаков и символов, наделенных определенным значением. Лозунг – краткое выражение ценностей компании. Легенды – рассказы, которые отражают историю и имеют в своей основе реальные изменения, происходящие в организации и передающие унаследованные ценности. Игры и маневры – поведение членов организации, обычно направленное на «сокрытие» истинных ценностей компании. Ритуалы – социально регулируемая, коллективно осуществляемая последовательность действий, которая ведет к символическому изменению ситуации.
Тема 7. Имиджевая структура корпоративной культуры	Характеристики имиджа как психологического образа. Типы имиджа организации. Имидж организации: базово-структурные модели. Основные составляющие имиджевой структуры корпоративной культуры.
Тема 8. Структура внешней идентификации. Фирменный стиль. Брендбук	Корпоративная идентификация — внешний образ организации в глазах общественности, заказчиков и сотрудников. Фирменный стиль. Назначение фирменного стиля. Минимальный пакет фирменного стиля. Логотип. Основные функции логотипа. Виды современных логотипов. Корпоративный флаг. Корпоративный цвет. Фирменная одежда. Брендбук, логобук, гайдлайн. Брендбук как официальный документ, содержащий описание основ развития бренда и полное руководство по фирменному стилю организации.
Тема 9. Теоретические основы этики корпоративных отношений	Корпоративная этика организации: коммуникация в организации. Этика взаимоотношений в группах: условия создания групп. Организационная работа в группах. Работа по сплочению членов группы. Официально-деловая структура отношений. Неофициально-деловая структура отношений. Контроль настроения группы. Этические нормы в деятельности организаций: общие понятия. Повышение этического уровня организации.
Тема 10. Командообразование	Идея командных методов работы. Построение команды. Составляющие процесса командообразования. Ситуационный анализ необходимости проведения командообразующих мероприятий. Общая классификация командообразующих мероприятий.

Тематический план

Содержательный модуль 1												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа
Тема 1. Теоретические аспекты понятия «корпоративная культура»	8	2	2		4			1	1		8	
Тема 2. Типы корпоративной культуры	8	2	2		4						8	
Тема 3. Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры	8	2	2		4						8	
Тема 4. Организационная структура корпоративной культуры	8	2	2		4			1	1		8	
Тема 5. Структура коммуникаций. Структура социально-психологических отношений	8	2	2		4						8	
Тема 6. Игровая (мифологическая) структура корпоративной культуры	8	2	2		4						8	
Тема 7. Имиджевая структура корпоративной культуры	12	2	2		8			1	1		8	
Тема 8. Структура внешней идентификации. Фирменный стиль. Брендбук	14	2	2		10			1	1		10	
Тема 9. Теоретические основы этики корпоративных отношений	8	2	2		4						8	
Тема 10. Командообразование	8	2	2		4						8	
Итого по содержательному модулю 1	90	20	20		50		90	4	4		82	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Определение понятия «Корпоративная культура». Цель и задачи корпоративной культуры. Содержание корпоративной культуры: уровни, качественные характеристики, функции.	2
2	Типы корпоративной культуры	2
3	Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры. Универсальные и оригинальные корпоративные ценности	2
4	Организационная структура корпоративной культуры. Корпоративный кодекс чести	2
5	Структура коммуникаций. Структура социально-психологических отношений	2
6	Игровая (мифологическая) структура корпоративной культуры: (язык, лозунг, легенды, игры и маневры, ритуалы)	2
7	Имиджевая структура корпоративной культуры. Имидж организации: базово-структурные модели	2
8	Структура внешней идентификации. Фирменный стиль. Брендбук	2
9	Теоретические основы этики корпоративных отношений	2
10	Командообразование. Идея командных методов работы. Построение команд.	2
	ВСЕГО	20

Темы практических занятий

На практических занятиях проводится опрос теоретического материала, выполняются практические задания и решаются задачи по предложенным темам лекционных занятий. Активное участие в обсуждении вопросов практических занятий, решение задач на занятии и самостоятельно по заданию преподавателя, является одним из условий получения положительной оценки по данному курсу.

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Определение и характеристика типа корпоративной культуры выбранной организации	2
2	Характеристика ценностно-нормативной культуры выбранной организации. Формулировка универсальных и оригинальных ценностей выбранной организации.	2
3	Разработка корпоративного кодекса чести выбранной организации	2
4	Структура внешней идентификации. Разработка фирменного стиля выбранной организации. Корпоративный цвет.	2
5	Структура внешней идентификации. Разработка фирменного стиля выбранной организации. Корпоративный шрифт.	2

6	Структура внешней идентификации. Разработка фирменного стиля выбранной организации. Логотип.	2
7	Структура внешней идентификации. Разработка фирменного стиля выбранной организации. Разработка правил использования логотипа, фирменного цвета, шрифта	2
8	Разработка макетов носителей фирменного стиля (официальный бланк, конверт, визитка руководителя) выбранной организации	2
9	Разработка макетов корпоративной рекламной продукции с использованием элементов фирменного стиля выбранной организации	2
10	Разработка комплекса командообразующих мероприятий для выбранной организации.	2
	ВСЕГО	20

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Особое место в овладении курсом «Корпоративная культура» отводится самостоятельной работе студента. Цель самостоятельной работы студента в процессе обучения заключается как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию в новых условиях на новом учебном материале. Самостоятельная работа призвана обеспечивать возможность осуществления студентами самостоятельной познавательной деятельности в обучении и является видом учебного труда, способствующего формированию у студентов самостоятельности.

Организация самостоятельной работы студентов

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Теоретические аспекты понятия «корпоративная культура»	4
2	Типы корпоративной культуры	4
3	Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры	4
4	Организационная структура корпоративной культуры	4
5	Структура коммуникаций. Структура социально-психологических отношений	4
6	Игровая (мифологическая) структура корпоративной культуры	4
7	Имиджевая структура корпоративной культуры	8
8	Структура внешней идентификации. Фирменный стиль. Брендбук	10
9	Теоретические основы этики корпоративных отношений	4
10	Командообразование	4
	ВСЕГО	50

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальная работа *СОЗДАНИЕ БРЕНДБУКА ВЫБРАННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ*

Цель:

Разработка официального документа выбранной организации, в котором, прежде всего, описаны маркетинговые основы развития бренда, а именно: концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория бренда, конкурентная среда бренда, позиционирование бренда, долгосрочная стратегия развития бренда, стандарты фирменного стиля бренда.

Задания:

Оформить брендбук выбранной организации, включающий:

1. Описание истории и общего видения бренда
2. Описание ключевых принципов работы бренда на рынке
3. Характеристика целевой аудитории бренда
4. Описание характера, ключевых слов, тона и стиля общения бренда с потребителем
5. Основные принципы проведения маркетинговых программ и работы с социальными медиа
6. Правила и примеры использования логотипа
7. Требования к шрифтам
8. Требования к цветовой палитре
9. Требования к стилю изображений
10. Существующие дизайн макеты визиток, брошюр, упаковок, рекламных материалов

Критерии оценивания индивидуальной работы студента.

1. Цель работы: насколько четко сформулирована.
2. Структура: логичность и последовательность изложения материала.
3. Аргументация: обоснованность, убедительность, наличие позитивной оценки и возможной критики, серьезность научных источников.
4. Научный поиск: использование соответствующей литературы.
5. Язык работы: понятность, грамотность.
6. Творческий подход: творческое отношение к отбору, обработке материалов, наличие оригинальных выводов.

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (зачет)

1. Компоненты корпоративной культуры.
2. Субъекты трансляции корпоративных ценностей в компании.
3. Виды коммуникации в компании: вербальная (устная и письменная) и невербальная.
4. Характеристики организационной культуры по Ф. Харрису и Р. Морану.
5. 10 критериев, характеризующих корпоративную культуру по Стивену Роббинсу
6. Охарактеризуйте клановый тип корпоративной культуры
7. Охарактеризуйте адхократический тип корпоративной культуры
8. Охарактеризуйте рыночный тип корпоративной культуры
9. Охарактеризуйте иерархический тип корпоративной культуры
10. Основные функции корпоративной культуры
11. Факторы, влияющие на корпоративную культуру компании.

12. Основные свойства корпоративной культуры
13. Перечислите основные структуры, составляющие сложную систему корпоративной культуры
14. Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры.
15. Организационная структура корпоративной культуры.
16. Корпоративные ценности как важнейшая категория корпоративной культуры.
17. Перечислите 3 основные группы корпоративных ценностей
18. Охарактеризуйте универсальные корпоративные ценности компании.
19. Что можно отнести к оригинальным корпоративным ценностям компании?
20. Что из себя представляет кодекс профессионального поведения (или этический кодекс) компании?
21. Основные преимущества, которые дает принятие кодекса профессионального поведения (или этического кодекса) компании
22. Миссия компании как часть ценностно-нормативной структуры корпоративной культуры.
23. Практические аспекты, которые следует учитывать при формулировке миссии компании.
24. Опыт культивирования корпоративных ценностей на примере конкретной компании.
25. Философия компании как часть ценностно-нормативной структуры корпоративной культуры.
26. Перечислите основные компоненты игровой структуры корпоративной культуры.
27. Язык общения и его роль в игровой структуре корпоративной культуры.
28. Лозунг и его роль в игровой структуре корпоративной культуры. Основные группы лозунгов.
29. Легенды и их роль в игровой структуре корпоративной культуры.
30. Основная тематика корпоративных легенд.
31. Корпоративные ритуалы и обряды
32. Типы корпоративных ритуалов и последствия их применения
33. Традиции и их роль в корпоративной культуре организации.
34. Командообразование как способ создания психологически комфортной атмосферы в коллективе.
35. Праздники как пример проявления корпоративной индивидуальности компании
36. Виды корпоративных праздников
37. Охарактеризуйте основные составляющие процесса командообразования
38. Есть несколько ситуаций, в которых построение команды просто необходимо.
39. Понятие эффективного имиджа организации. Внешний и внутренний имидж.
40. Основные компоненты имиджевой структуры корпоративной культуры
41. Фирменный стиль как элемент формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.
42. Логотип как важнейший элемент имиджа компании. Основные функции логотипа
43. Виды современных логотипов.

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филологический факультет**

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль:

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр **VIII**

Учебная дисциплина **«Корпоративная культура»**

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

ВАРИАНТ №1

1. Перечислите основные структуры, составляющие сложную систему корпоративной культуры.
2. Основные преимущества, которые дает принятие кодекса профессионального поведения (или этического кодекса) компании.
3. Фирменный стиль как элемент формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.

Утверждено на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М Артамонова
Е.Г. Грудева

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	5
2	5
3	5
<i>Всего</i>	<i>15</i>

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Экзамен не предусмотрен.

11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Тестовые задания не предусмотрены.

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Объектом оценивания знаний студентов является материал дисциплины, степень и качество усвоения которого устанавливается во время текущего и модульного контроля по 100 - балльной шкале. Текущий контроль осуществляется в несколько этапов:

- оценивание работы студента в учебной аудитории во время лабораторных занятий;
- оценивание различных видов работ, выполненных студентом самостоятельно;
- модульная контрольная работа.

Самостоятельная работа студента оценивается преподавателем во время групповых и индивидуальных консультаций. За данный вид работы студент может получить максимальное количество баллов при условии самостоятельного выполнения задания.

По модулю предусмотрено выполнение контрольной работы, которая включает выполнение практического задания. Модульная контрольная работа включает 3 задания (по 5 баллов за задание, итого 15 баллов). Сумма баллов по текущему контролю получается суммированием баллов, полученных студентами на различных этапах (за работу в аудитории, за выполнение заданий индивидуальной работы и за модульную контрольную работу). Сумма баллов по текущему контролю получается суммированием баллов, полученных студентами на различных этапах (за работу в аудитории, за выполнение заданий самостоятельной работы и за модульную контрольную работу).

Общее количество баллов, полученных студентом по дисциплине, получается суммированием баллов, полученным им на различных этапах (за работу в аудитории, за выполнение заданий самостоятельной работы и за модульную контрольную работу).

Оценка знаний студентов проводится по 100-балльной шкале согласно критериям, приведенным в таблице.

Распределение баллов, которые могут получить студенты в процессе изучения дисциплины

Организационно-учебная работа студента	СРС			Всего
	Индивидуальная работа	Модульный контроль	Индивидуальная творческая работа	
Max 45 баллов	max 30 баллов	max 15 баллов	max 10 баллов	100 баллов

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии	не зачтено

		обязательного набора дополнительных баллов	
--	--	--	--

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения лекционных занятий используется аудитория на группу, оборудованная меловой доской, мультимедийным проектором и экраном (ауд. 111, корпус №3, ул. Щорса. 17).

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
1.	Капитонов, Э. А. Корпоративная культура : теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. - М. : Альфа-Пресс, 2005. - 351 с.	3	+
2.	Корпоративная культура : учеб. пособие / Авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - Минск : Кн. дом : Мисанта, 2006. - 303 с.	3	+
3.	Хает, Г. Л. Корпоративная культура и ценности человека / Г. Л. Хает, О. А. Медведева ; Донбас. гос. машиностроит. акад. - Краматорск : ДГМА, 2001. - 268 с.	4	+
4.	Хает, Г. Л. Корпоративная культура и ценности человека / Г. Л. Хает, О. А. Медведева ; Донбас. гос. машиностроит. акад. - Краматорск : ДГМА, 2001. - 268 с.	3	+
<i>Дополнительная литература</i>			
5.	Виханский, О. С. Менеджмент : человек, стратегия, организация, процесс / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд. - М. : Гардарика, 1996. - 416 с.	10	-
6.	Кузин, Ф. А. Имидж бизнесмена : Практ. пособие. - М. : Ось-89, 1996. - 304 с.	3	-
7.	Катасонова, Е. Л. Японские корпорации : культура, благотворительность, бизнес / РАН. Ин-т востоковедения. - М. : Наука, 1992. - 168 с.	3	-
8.	Гойхман, О. Я. Основы речевой коммуникации : Учебник для студентов вузов, специализирующ. в обл. сервиса / Гойхман О. Я., Надеина Т. М. ; Под ред. О. Я. Гойхмана. - М. : ИНФРА-М, 1997. - 272 с.	5	-

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

- 1 [НЭБ eLibrary](#) Доступ к научным журналам Научной электронной библиотеки eLibrary (РФ, ЛС №4699 от 23.11.2009). Участие в проекте Science Index для авторов.
- 2 [ЭБС Юрайт](#) Доступ к разделу ЭБС Юрайт "Легендарные книги" (РФ, Договор №3721 от 14.12.2018). Специальная программа

- | | | |
|---|--|--|
| | | "Индивидуальная книжная полка преподавателя |
| 3 | <u>Book on Lime</u> | Сервис BookOnLime (РФ, ЛД №23-01/18 от 28.06.2018 г.) - новое поколение интерактивных книг от ведущих университетов и вузов России. |
| 4 | <u>ЭБС "Университетская библиотека онлайн"</u> | ЭБС "Университетская библиотека онлайн" включает в себя электронные версии современных учебников, учебных пособий по всем направлениям знаний; монографии, сборники научных трудов, энциклопедии и др. |
| 5 | <u>ЭБС IPR BOOKS</u> | ЭБС IPR BOOKS содержит более 100000 публикаций. В основной каталог включено более 40000 лицензионных изданий — книг и журналов. Он разбит на более чем 600 тематических коллекций, сформированных согласно перечню укрупненных групп специальностей (приказ Минобрнауки от 12.09.2013 № 1061). |
| 6 | <u>ЭБС «БиблиоРосси́ка»</u> | ЭБС «БиблиоРосси́ка» - современная электронно-библиотечная система, предназначенная для исследователей, преподавателей и студентов. В ней представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным, техническим и естественным наукам. |
| 7 | <u>ЭБС Айбукс</u> | ЭБС "Айбукс" - это широкий спектр самой современной учебной и научной литературы ведущих издательств России. Большинство книг имеют грифы Минобрнауки РФ, УМО и НМС по различным областям знаний. |
| 8 | <u>ЭБС "Лань"</u> | В ЭБС представлены учебная, научная, профессиональная литература и периодика по различным направлениям подготовки, возможности формирования РПД |

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС -3D, LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании _____ с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____