

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по

направлению Реклама и СО



Институт: _____ **Медиа, Рекламы и Кино** _____

Название института

Кафедра: _____ **Реклама** _____

Название кафедры

Автор(ы): _____ **Биягова Ю. В.** _____

Ученое звание, ученая степень, Ф.И.О

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.06 Корпоративная культура

Для бакалавриата:

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

ЕРЕВАН

1. Паспорт дисциплины:

Индекс дисциплины: Б1.В.ДВ.02.06

Наименование и код специальности подготовки 42.03.01- «Реклама и СО»

Год обучения: 4

Форма обучения: очная

Семестр: 3

Общее кол-во часов на дисциплину 72

Аудиторное кол-во часов на дисциплину 36, из них лекции – 18 часов, семинары – 18 часов и 36 часов самостоятельная работа.

2. Аннотация

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

2.1. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

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

2.2. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины)

Для полного освоения курса дисциплины «Корпоративная культура» студент должен владеть следующими основными знаниями, умениями и навыками:

- Иметь базовые знания о структуре организации и функционировании ее отдельных элементов;
- Владеть основными навыками психологических особенностей общения в больших и малых организациях разных сфер деятельности;
- Владеть навыками профессионального общения, соблюдая нормы и требования профессиональной этики;
- Понимать структуру и особенности функционирования управления персоналом.

2.3. Предварительное условие для прохождения (дисциплина(ы), изучение которых является необходимой базой для освоения данной дисциплины)

Курс дисциплины «Корпоративная культура» во многом опирается на знания об организационных структурах, моделях и формах их функционирования и их классификации. Также для успешного усвоения данной дисциплины необходимы фундаментальные знания в области психологии.

3. Содержание

3.1. Цели задачи дисциплины

Цель данной дисциплины заключается в том, чтобы создать теоретическую и практическую базу знаний и навыков о корпоративной культуре, обеспечить студентов профессиональным подходом к проблемным ситуациям, которые возникают в организациях разных сфер деятельности. Одной из главных задач дисциплины является обеспечение мобильности студентов в постоянно меняющихся условиях профессиональной деятельности в любой сфере, а также их мотивация к новым профессиональным достижениям.

3.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины (какие компетенции (знания, умения и навыки) должны быть сформированы у студента ПОСЛЕ прохождения данной дисциплины)

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);
- способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);
- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

- способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

3.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Курс «Корпоративная культура» рассчитан на один семестр – 72 часов, кредит- 2. Курс изучается в форме лекций и семинарских занятий. В конце семестра студенты сдают зачет.

4. Содержание разделов и тем дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы корпоративной культуры

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

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

Тема 2. Корпоративная культура - миссия и цели организации

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

Тема 3. Разновидность организационных структур

Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры. Классификация ценностей организации. Смысло-жизненные ценности организации. Универсальные ценности организации. Партикулярные ценности организации. Форма и содержание этих ценностей. Основные компоненты корпоративной культуры. Классификация ценностей по трудовой ориентации, собственно работы и способов ее выполнения. Система ценностей как основа для корпоративного стремления к совершенству. Философия компании. Игровая структура корпоративной культуры. Имиджевая структура корпоративной культуры (Магура М.И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений

// Управление персоналом. – 2002г. – № 1 – Глава 3/ Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. — М.: Дело, 1992г.- Глава 2).

Тема 4. Модели корпоративной культуры

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

Тема 5. Функции корпоративной культуры

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

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

Тема 6. Диагностика корпоративной культуры

Этапы диагностики корпоративной культуры. Инструменты диагностики корпоративной культуры. Анализ документов организации. История развития организации. Стратегические документы компании. Управление персоналом. Системы планирования и контроля. Внутренние и внешние системы коммуникаций. Анкетирование персонала организации. Другие инструменты диагностики. Методы диагностики. Методика критериев оценки. Характеристики корпоративной культуры. Взаимосвязь национальной культуры и культуры организации. Визуализация корпоративной культуры. Условия успешности диагностики. Методологические и методические проблемы диагностики корпоративной культуры (Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры культуры: Пер. с англ. / Под ред. И.В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001г.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента» - Глава 4/ Липатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и

методы диагностики // Вестник Московского университета. – Сер. 14, Психология. – 1997г. – № 4 – Глава 8).

Тема 7. Оценка корпоративной культуры

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

Раздел 3. Теоретические и практические основы управления корпоративной культурой

Тема 8. Управление корпоративной культурой

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

Тема 9. Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры

Профессиональная этика. Этика бизнеса . Причины повышения внимания к этике бизнеса. Основные концепции в этике бизнеса. Проблемы макроэтики корпоративной культуры. Проблемы микроэтики корпоративной культуры . Способы повышения уровня этичности организации. Этический кодекс корпорации как составная часть формирования корпоративной культуры. Обучение этичному поведению в процессе развития корпоративной культуры. Стимулирование и мотивация работников с помощью соответствия этики и корпоративной культуры организации (Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: Учеб. пособие. – М.: Консалтбанкир, 2002г. – Глава2-3 / Кирьянова Е. Н. Профессиональный отбор и этические нормы его проведения// Управление персоналом. – 1998г. – № 8 – Глава 4 / Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика

бизнеса: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2000г. (Серия «Наука управления») – Глава 2).

5. Теоретический блок

5.1. Учебно-методическое обеспечение

а) Базовые учебники

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

Дополнительная литература

1. Баринов В.А., Макаров Л.В. Корпоративная культура организации в России// Менеджмент в России и за рубежом. – 2002г. – № 2
2. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры культуры: Пер. с англ. / Под ред. И.В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001г.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»)
3. Кирьянова Е.Н. Профессиональный отбор и этические нормы его проведения// Управление персоналом. – 1998г. – № 8
4. Ладанов И. Социокультура организации // Управление персоналом. – 1999г. – № 5
5. Липатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Вестник Московского университета. – Сер. 14, Психология. – 1997г. – № 4
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. — М.: Дело, 1992г.
7. Мизелева Г.С., Балакина И.В., Эйдельман Я.Л. Корпоративная культура: взгляд изнутри // Справочник по управлению персоналом. – 2004г. – № 3
8. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2000г. (Серия «Наука управления»)
9. Рафаева О.С. Коррекция корпоративной культуры// Справочник по управлению персоналом. – 2004г. – № 3
10. Романова Ю. Изменение корпоративной культуры: доверить консультантам или возможно провести самим!/? // Управление персоналом. – 2000г. – № 11
11. Тевене М. Культура предприятия: Пер. с фр. / Под ред. В.А. Спивака. – 3-е изд. –СПб.: ИД «Нева», 2003г.

6. Методический блок

6.1. Методика преподавания, обоснование выбора данной методики

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

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

6.2. Методические рекомендации для студентов

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

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

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