

**Министерство культуры Российской Федерации**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**Е. В. САЗОНОВА**  
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b  
Основание: УТВЕРЖДАЮ  
Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«Основы корпоративной культуры»**

Наименование ОПОП: Корреспондент и ведущий телевизионных программ

Направление подготовки: 42.03.04 Телевидение

Форма обучения: заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: медиакоммуникационных технологий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 10,3 час.

самостоятельная работа: 61,7 час.

<b>Вид(ы) текущего контроля</b>	<b>Семестр (курс)</b>
выполнение тестового задания	10
выступление с докладом	10
посещение занятий (лекционных и практических)	10
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет	10

Рабочая программа дисциплины «Основы корпоративной культуры» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 526)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Корреспондент и ведущий телевизионных программ» по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение

**Составитель(и):**

Канафьева В.В., профессор кафедры медиакоммуникационных технологий, д-р филос. наук

**Рецензент(ы):**

Белозерцев А.В, доцент

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры медиакоммуникационных технологий

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель ОПОП

П.П. Иванцов

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

**УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС**

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

# 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

### Цель(и) дисциплины:

приобретение навыков эффективных коммуникаций для укрепления корпоративной культуры в коллективе.

### Задачи дисциплины:

1. Изучение основ управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности.
2. Освоение толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий.
3. Приобретение навыков участия в работе коллектива за счет эффективного построения коммуникативных связей.

## 1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Организационное поведение

Основы телережиссуры

Работа в кадре

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:  
*нет последующих дисциплин*

## 1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

### Универсальные компетенции

УК-3 — Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-3.2 — Устанавливает и поддерживает коммуникативные связи в коллективе, обеспечивающие эффективное сотрудничество для достижения результата.

**Знает:** принципы корпоративного поведения коллектива.

**Умеет:** формировать коммуникативные связи в коллективе для поддержания корпоративной культуры.

**Владеет:** технологиями построения эффективных коммуникативных связей в коллективе как элемента корпоративной культуры.

УК-3.3 — Определяет свою роль в команде и несет ответственность за её реализацию.

**Знает:** основные элементы корпоративной культуры и свою роль в формировании корпоративного имиджа.

**Умеет:** определять свою роль в развитии элементов корпоративной культуры и корпоративного имиджа.

**Владеет:** навыками определения собственной роли в команде на этапах формирования корпоративной культуры и принятия ответственности за её реализацию.

## 2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

### 2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 10,3 час.

самостоятельная работа: 61,7 час.

<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет	10

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	9	10	Итого
Лекции	0	0	0
Лекции установочные	2	0	2
Лекции с использованием ДОТ	0	2	2
Практические установочные	2	0	2
Практические с использованием ДОТ	0	2	2
Консультации	0	2	2
Самостоятельная работа	32	25,5	57,5
Самостоятельная работа во время сессии	0	4,2	4,2
<b>Итого</b>	<b>36</b>	<b>35,7</b>	<b>71,7</b>

### 2.2. Содержание учебной дисциплины

#### **Тема 1. ПОНЯТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ, ЕЁ МЕСТО И РОЛЬ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ.**

Предмет и задачи курса. Корпоративная культура – объект изучения курса. Атрибуты. Связь курса с другими дисциплинами учебного плана. Роль курса в системе подготовки специалистов телевидения.

#### **Тема 2. СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ.**

Сущность и содержание корпоративной культуры. Характеристики корпоративной культуры.

#### **Тема 3. КОРПОРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ.**

Принципы корпоративного поведения. Этические стандарты корпоративного поведения. Корпоративный кодекс.

#### **Тема 4. ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ.**

Миссия компании. Легенда компании. Миф компании. Философия компании. Ценности компании.

#### **Тема 5. ИМИДЖ КОРПОРАЦИИ.**

Имидж корпорации. Составляющие имиджа корпорации. Основные элементы корпоративной культуры. Типы управления. Роль корпоративной культуры в разрешении внутренних и внешних конфликтов.

#### **Тема 6. РОЛЬ PR И РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА КОРПОРАЦИИ.**

Роль связей с общественностью в формировании имиджа корпорации. Роль рекламы в формировании имиджа компании.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	ПОНЯТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ, ЕЁ МЕСТО И РОЛЬ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ.	1,5	0	0	0	0	0	0 *
2	СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ.	0	0	0	1,5	0	0	0 *
3	КОРПОРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ.	0	1,5	0	0	0	0	1,5
4	ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ.	0	0	0	0	1,5	0	1,5
5	ИМИДЖ КОРПОРАЦИИ.	0	0	0	0	0	0	0 *
6	РОЛЬ PR И РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА КОРПОРАЦИИ.	0	0	0	0	0	0	0 *
	<b>ВСЕГО</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0</b>	<b>6</b>

\* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

#### 4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Основы корпоративной культуры» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

#### 5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

Практические занятия (семинары) по дисциплине «Основы корпоративной культуры» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

#### 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Основы корпоративной культуры».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение тестового задания	10
выступление с докладом	10

посещение занятий (лекционных и практических)	10
<b>Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты</b>	<b>Семестр (курс)</b>
зачет	10

### 6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

### 6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Темы докладов:

1. Соблюдение делового этикета в ходе собеседования с работодателем.
2. Психологическая культура делового общения во время собеседования.
3. Активное слушание собеседника как психологический прием.
4. Основы ведомственного этикета.
5. Правила приема посетителей.
6. Правила общения с коллегами по работе.
7. Секретари в приемной.
8. Требования к оформлению внешнего вида приемной руководителя организации.
9. Место и значение критики в процессе делового общения.
10. Роль различных категорий сотрудников, связанная с необходимостью критического разбора профессиональной деятельности.
11. Правила критики: их значимость и место в общей системе этических норм.
12. Влияние эмоциональной составляющей поведения при критическом разборе.
13. Основные принципы восприятия критики.
14. Основные положения национального этикета.
15. Уважение традиций в еде, праздниках, к религии и правительству страны.
16. Примеры мультикультурных особенностей зарубежных стран с их специфическими особенностями делового общения.
17. Атрибуты корпоративной культуры.
18. Понятие корпоративной культуры.
19. Основные характеристики корпоративной культуры
20. Принципы корпоративного поведения.
21. Этические стандарты корпоративного поведения.
22. Атрибуты организационной культуры.
23. Понятие организационной культуры.
24. Основные характеристики организационной культуры
25. Принципы организационного поведения.
26. Этические стандарты организационного поведения.
27. Отличие организационной и корпоративной культур.
28. Корпоративный кодекс.
29. Миссия компании.
30. Легенда компании.
31. Миф компании.
32. Философия компании
33. Ценности компании.
34. Виды корпоративных каналов коммуникации.
35. Понятие корпоративной сети.
36. Структура корпоративной сети.
37. Понятие Интранета.
38. Отличие Интернета и Интранета.
39. Корпоративный сайт. Структура и требования к оформлению.
40. Особенности ведение корпоративной социальной сети ВКонтакте.

41. Особенности ведение корпоративной социальной сети Facebook.
42. Особенности ведение корпоративной социальной сети Instagram.
43. Особенности ведение корпоративного YouTube канала.
44. Особенности ведение корпоративного радио.
45. Особенности ведение корпоративного телевидения.
46. Особенности ведение корпоративной социальной сети Tik-Tok.
47. Особенности ведение корпоративного издания.
48. Специальное мероприятие как инструмент формирования корпоративной культуры.
49. Спонсорство как инструмент формирования корпоративной культуры.
50. Благотворительность как инструмент формирования корпоративной культуры.

Примеры тестовых заданий для контроля знаний:

1. Миссия и стратегия, цели и средства относятся к:

- а) проблемам внешней адаптации;
- б) проблемам внутренней интеграции;
- в) проблемам выживания;

2. К субъективным элементам организационной культуры относят...

- а) символику;
- б) внешний вид сотрудников;
- в) ритуал;
- г) обряд;

3. Фирменный стиль организации включает...

- а) обычаи;
- б) цветовую гамму;
- в) эмблему;
- г) ритуалы;

4. Какое из перечисленных словосочетаний близко по смыслу к понятию «организационная культура»?

- а) корпоративная культура;
  - б) корпоративный дух
  - в) философия организации;
  - г) социокультура организации;
  - д) организационное развитие;
- социально-психологический климат;

5. Что такое организационная культура?

- а) признанные ценности, убеждения, нормы и формы поведения в организации;
- б) совокупность идей, убеждений, традиций и ценностей, господствующих на предприятии как в социальной системе;
- в) образ жизни, мышления, действия и существования организации;
- г) совокупность основных убеждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определенной группой по мере того, как она учится разрешать; проблемы адаптации к внешней среде и проблемы внутренней интеграции;
- д) способ выполнения работы в конкретной организации;

### **6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Предмет и задачи курса.
2. Атрибуты корпоративной культуры.



3. Понятие корпоративной культуры.
4. Каковы основные характеристики корпоративной культуры?
5. Принципы корпоративного поведения.
6. Этические стандарты корпоративного поведения.
7. Корпоративный кодекс.
8. Миссия компании.
9. Легенда компании.
10. Миф компании.
11. Философия компании.
12. Ценности компании.
13. Чем характеризуется имидж компании?
14. Составляющие имиджа корпорации.
15. Основные элементы корпоративной культуры.
16. Каковы основные типы совместной деятельности.
17. В чем отличия различных типов управления?
18. Что охватывают корпоративные стандарты?
19. Каково основное содержание кодекса корпоративного поведения?
20. Этапы формирования корпоративной культуры.
21. Каковы перспективы компаний с разным уровнем развития корпоративной культуры?
22. Роль корпоративной культуры в разрешении внутренних и внешних конфликтов.
23. Роль связей с общественностью в формировании имиджа корпорации.
24. Роль рекламы в формировании имиджа компании.
25. Принципы организационного поведения.
26. Этические стандарты организационного поведения.
27. Отличие организационной и корпоративной культур.
28. Корпоративный кодекс.
29. Миссия компании.
30. Легенда компании.
31. Миф компании.
32. Философия компании
33. Ценности компании.
34. Виды корпоративных каналов коммуникации.
35. Понятие корпоративной сети.
36. Структура корпоративной сети.
37. Понятие Интранета.
38. Отличие Интернета и Интранета.
39. Корпоративный сайт. Структура и требования к оформлению.
40. Особенности ведение корпоративной социальной сети ВКонтакте.
41. Особенности ведение корпоративной социальной сети Facebook.
42. Особенности ведение корпоративной социальной сети Instagram.
43. Особенности ведение корпоративного YouTube канала.
44. Особенности ведение корпоративного радио.
45. Особенности ведение корпоративного телевидения.
46. Особенности ведение корпоративной социальной сети Tik-Tok.
47. Особенности ведение корпоративного издания.
48. Специальное мероприятие как инструмент формирования корпоративной культуры.
49. Спонсорство как инструмент формирования корпоративной культуры.
50. Благотворительность как инструмент формирования корпоративной культуры.

#### 6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
<b>Семестр 10</b>			
Обязательная аудиторная работа			
Посещение занятий (лекционных и практических)	8	3	24
Обязательная самостоятельная работа			
Выполнение тестового задания	20	1	20
Выступление с докладом	13	2	26
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

#### Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### 7.1. Литература

1. Корпоративная культура делового общения. Главные правила общения и поведения в современном обществе [Текст] : к изучению дисциплины / сост. И. Н. Кузнецов. - М. : АСТ, 2005. - 608 с.  
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Сторожев, Е.В. Теория и практика корпоративного управления [Электронный ресурс] / Е. В. Сторожева. - Москва : Флинта, 2015. - 61 с. : ил. - ISBN 978-5-9765-2283-1- Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю  
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-9765-2283-1>
3. Корпоративное управление: учеб. пособие [Электронный ресурс] / Е. В. Иванова. - Москва : Флинта, 2016. - 336 с. : ил. - ISBN 978-5-9765-2051-6 Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю  
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-9765-2051-6>

### 7.2. Интернет-ресурсы

1. Полпред. Справочники. Полнотекстовые статьи информагентств и деловой информации и прессы Polpred.com
2. Музей телевидения и радио в Интернете [www.tvmuseum.ru](http://www.tvmuseum.ru)
3. Портал корпоративного менеджмента <https://www.cfin.ru/>

### 7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Windows

Microsoft Office

### 7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

### 7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний, умений и навыков, которыми надо будет овладеть по дисциплине, в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.