

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Корпоративная культура в средствах массовой информации Б1.В.ДВ.6

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Телевидение

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шакурова А.Р.

Рецензент(ы):

-

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Даутова Р. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941814017

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) ассистент, б/с Шакурова А.Р. Кафедра телевидения и телепроизводства Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, veiy@mail.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины является овладение студентами современными представлениями о корпоративной культуре в средствах массовой информации, методах ее диагностики и коррекции, о закономерностях формирования корпоративной культуры в СМИ, о ее составляющих, особенностях ее проявлений и управления в организациях, использования корпоративной культуры для укрепления имиджа организации, повышения ее цельности.

В задачи учебной дисциплины входит: изучение современных концепций; типологий корпоративной культуры; формирование системного представления о корпоративной культуре в СМИ; знакомство с методами ее диагностики и коррекции; обобщение теоретического и анализ практического опыта; прояснение значения корпоративной культуры в системе современных массовых коммуникаций; тренинг навыков исследования и формирования корпоративной культуры.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.6 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.02 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 9 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.2 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 42.03.02 - Журналистика и относится к дисциплинам по выбору.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные студентами в результате освоения дисциплин гуманитарного, социального и общепрофессионального циклов ("Культурология", "История", "Психология", "Современный русский язык", "Введение в специальность и система средств массовой коммуникации", "Основы теории журналистики", "Основы журналистской деятельности", "Профессиональная этика журналиста", "Теория и методика тележурналистики" и др.).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-9 (общекультурные компетенции)	способность ориентироваться в современной системе источников информации в целом и по отдельным отраслям знаний и сферам общественной практики, знание и умение владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, умение использовать различные программные средства, базы данных, работать в Интернете и использовать его ресурсы, пользоваться поисковыми системами, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
ПК-29 (профессиональные компетенции)	знание методов редактирования текстов СМИ, основанных на использовании новых технологий

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-32 (профессиональные компетенции)	знание особенностей работы в условиях мультимедийной среды и конвергентной журналистики, методов и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика)
ПК-33 (профессиональные компетенции)	ориентация в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ
ПК-34 (профессиональные компетенции)	знание современной технической базы и новейших цифровых технологий, применяемых в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа
ПК-41 (профессиональные компетенции)	оперативно готовить материал с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ, в различных жанрах, форматах для размещения на различных мультимедийных платформах - печатных, вещательных, онлайн-овых, мобильных
ПК-42 (профессиональные компетенции)	редактировать печатный текст, аудио-, видео- или интернет- материал, приводить его в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

Знать теоретические основы и закономерности развития и функционирования корпоративной культуры; современные методы ее диагностики; основные элементы корпоративной культуры СМИ; роль руководителя в ее формировании; факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры СМИ; понятия и виды субкультур; направления и формы работы по формированию корпоративной культуры СМИ; историю развития представлений о корпоративной культуре в России и других странах.

2. должен уметь:

Уметь проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры; формировать корпоративную культуру с помощью изученных технологий; использовать приемы изменения корпоративной культуры для оптимизации связей организации с общественностью; транслировать ценности внутри организации; использовать корпоративную культуру для укрепления имиджа организации; формировать команду для решения поставленных целей; выявлять значимые закономерности формирования корпоративной культуры СМИ для современной экономики и социальных сфер общества.

3. должен владеть:

Современными методами диагностики культуры организации; технологиями решений социальных проблем на корпоративном уровне; методами формирования корпоративного и персонального имиджа; навыками ориентации в вопросах управленческой этики.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами; реализовывать комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики деловых взаимодействий; формировать привлекательный имидж организации.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 9 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. История зарождения представлений о корпоративной культуре	9		1	1	0	
2.	Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ	9		1	1	0	
3.	Тема 3. Структура корпоративной культуры	9		0	1	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Виды и типы корпоративной культуры	9		0	0	0	Письменная работа
5.	Тема 5. Формирование корпоративной культуры в СМИ. Значение групп в корпоративной культуре СМИ	9		1	1	0	
6.	Тема 6. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ	9		1	1	0	
7.	Тема 7. Специфика российских и зарубежных корпоративных культур	9		1	1	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
8.	Тема 8. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры	9		1	1	0	
9.	Тема 9. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.	9		1	1	0	
10.	Тема 10. Ценности персональные и общие.	9		1	0	0	
11.	Тема 11. Особенности корпоративного общения в СМИ	9		1	1	0	
12.	Тема 12. Командоформирование. Мотивация сотрудников.	9		1	1	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	9		0	0	0	Зачет
	Итого			10	10	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. История зарождения представлений о корпоративной культуре

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Представление о культуре в различных науках. Культура как духовное и материальное, культура вне и внутри личности. Корпоративная культура, ее сущность. Связь корпоративной и организационной культуры. В. А. Спивак: организационная культура как общее, а корпоративная культура как частное. Культура как контроль. Культура как нормативный порядок. Структурные элементы корпоративной культуры (материальные, духовные, знаково-символические). Характеристики корпоративной культуры: ? осознание работником своего места в компании (группе); ? тип совместной деятельности; ? нормы поведения; ? тип управления; ? культура общения; ? система коммуникаций; ? деловой этикет; ? традиции компании; ? особенности трактовки полномочий и ответственности; ? трудовая этика.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Факторы, определяющие корпоративные культуры (внешние, внутренние, системные). Возникновение культуры.

Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Определение культуры. Понятие корпоративная культура. Становление корпоративной культуры как научной дисциплины. Отличия организационной и корпоративной культуры. Крупнейшие ученые в области корпоративной культуры. Корпоративная культура в контексте национальной культуры. Содержание корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры. Значение корпоративной культуры для журналиста.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Уровни организационной культуры (Э. Шейн)

Тема 3. Структура корпоративной культуры

практическое занятие (1 часа(ов)):

Три уровня корпоративной культуры: 1) поверхностный (символический) уровень. 2) подповерхностный уровень. 3) базовый (глубинный) уровень. Мировоззрение. Корпоративные ценности. Стили поведения, характеризующие работников конкретной организации. Нормы поведения. Психологический климат. Десять содержательных характеристик, свойственных любой корпоративной культуре (Ф. Харрис и Р. Моран).

Тема 4. Виды и типы корпоративной культуры

Тема 5. Формирование корпоративной культуры в СМИ. Значение групп в корпоративной культуре СМИ

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Понятие и содержание процесса формирования корпоративной культуры. Подходы к формированию корпоративной культуры. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Культура организации на этапах ее жизненного цикла. Динамика культурных изменений. Механизмы изменения культуры. Управление и условия успешного проведения изменений. Проблемы адаптации. Механизмы распространения организационной культуры. Развитие субкультур. Дефекты культуры организации. Роль основателей. Модель Курта Левина.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Основные методы формирования корпоративной культуры: ? Разработка и принятие документов, таких как Миссия, Корпоративный кодекс, Философия компании ? Формирование и регулярная демонстрация нужного поведения лидерами компании: формальными и неформальными ? Обучение навыкам, которые особенно важны для новой культуры (например, вежливое общение с клиентами) Важный момент: в формировании культуры должны принимать все сотрудники компании, и неформальные лидеры. Понятие и структура группы. Виды групп. Процесс формирования групп. Понятие коллектива. Групповая динамика. Социально-психологический климат в коллективе. Конформизм. Доминирующая культура и субкультуры. Личность как субъект и объект корпоративной культуры. Психологические характеристики человеческих отношений. Особенности коммуникативных процессов.

Тема 6. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Критерии (индикаторы) необходимости изучения корпоративной культуры. Вопросы определения мер, измерений. Оценка управленческих навыков. Рейтинговые оценки сотрудников. Методы диагностики: тестирование, анкетирование, опрос, выявление социально-психологического климата. Построение профиля корпоративной культуры. Взаимосвязь типов совместной деятельности, типов и рычагов управления.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Вопросы для обсуждения 1. Выделите критерии, по которым осуществляется диагностика корпоративной культуры. 2. Для каких целей необходимо изучать корпоративную культуру? 3. Методика определения стиля руководства трудовым коллективом. 4. Оценка толерантности и доверия в коллективе. 5. Характеристики благоприятного социально-психологического климата. 6. Признаки нездорового социально-психологического климата. 7. Влияние социально-психологического климата на деятельность организации. 8. Методы экспресс-диагностики социально-психологического климата. 9. Какие вы знаете методы изучения корпоративной культуры? 10. Опишите этапы построения профиля корпоративной культуры. 11. Какие факторы влияют на социально-психологический климат коллектива? 12. Какие методы используются для определения сплоченности коллектива? 13. Какова взаимосвязь социально-психологического климата в коллективе и корпоративной культуры?

Тема 7. Специфика российских и зарубежных корпоративных культур

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Национально-культурные аспекты управления. Специфика национальной культуры, определяющая адаптацию зарубежного опыта по формированию корпоративной культуры

практическое занятие (1 часа(ов)):

Взаимодействие корпоративной культуры иностранной компании с национальной культурой принимающей страны.

Тема 8. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры **лекционное занятие (1 часа(ов)):**

Стратегия компании. Стратегии маркетинга в СМИ. Рекламный рынок. Потребительский рынок. Рынок контента. Стратегии на рынке медиа-активов. Диверсификация медиа-активов. Дифференциация медиа-активов. Ресурсы развития СМИ.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Вопросы для обсуждения Влияние корпоративной культуры на реализацию стратегии организации. Ключевым механизмом, связующим или разъединяющим стратегию компании и ее корпоративную культуру, являются ценности. Эффективная корпоративная культура как необходимое условие стратегической устойчивости медиапредприятия.

Тема 9. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Качество трудовой жизни. Факторы отношения к труду. Характер, содержание, условия труда. НОТ. Безопасность труда и ее обеспечение. Режим труда и отдыха. Социально-экономические, организационно-технические, природные, психоорганизационные, санитарно-гигиенические, эстетические условия труда.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Стили руководства. Соотношение понятий лидерства и руководства. Роль руководителя в построении организационной культуры. Управление производственной адаптацией работников. Планирование карьеры. Особенности личности руководителя. Проявление культуры руководителя в моделях его поведения. Лидерство и трансляция ценностей в организации. Отношения руководитель-подчиненный. Культура проведения совещаний.

Тема 10. Ценности персональные и общие.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Ценности как индивидуальный и социальный феномен. Процесс взаимодействия личности и организации. Адаптация человека к организации. Степень соответствия человека и организации. Факторы взаимодействия человека и организации (демографические признаки, компетентности, психологические особенности).

Тема 11. Особенности корпоративного общения в СМИ

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Особенности эффективных корпоративных коммуникаций. Планы внутрикорпоративного коммуникативного взаимодействия.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Этический аспект корпоративных связей с общественностью.

Тема 12. Командоформирование. Мотивация сотрудников.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Понятие и виды мотивации. Модели и теории мотивации. Содержательные (А. Маслоу, Ф. Херцберг, Д. Мак-Клеланд), процессорные (ожидания и справедливости) целевой ориентации, викарные теории. Экономические и неэкономические стимулы. Мотивирующие и демотивирующие факторы. Потребности ? мотив ? стимул ? мотивация.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Деятельность журналиста в потребностно-мотивационной сфере персонала. Четыре этапа развития команды. Критерии эффективно работающей команды. Формальный и неформальный лидер.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. История зарождения представлений о корпоративной культуре	9		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ	9		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Структура корпоративной культуры	9		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
4.	Тема 4. Виды и типы корпоративной культуры	9		Изучить литературу по существующим типологиям корпоративных культур. Заполнить таблицу "Типы и виды"	40	письменная работа
6.	Тема 6. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ	9		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
9.	Тема 9. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.	9		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
11.	Тема 11. Особенности корпоративного общения в СМИ	9		подготовка к устному опросу	20	устный опрос
12.	Тема 12. Командоформирование. Мотивация сотрудников.	9		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
	Итого				120	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

При проведении занятий предусмотрено использование активных и интерактивных технологий (проблемные лекции, электронные презентации, диспуты, круглые столы, проектная работа в группах и др.) в сочетании с внеаудиторной работой студентов. Идея многоплановости знаний о корпоративной культуре и ее взаимодействии со СМИ может быть реализована в курсе по средствам использования новых информационных технологий, в частности, презентаций, демонстрирующие процесс развития двух областей знания и т.д.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. История зарождения представлений о корпоративной культуре

устный опрос , примерные вопросы:

Назвать, раскрыть и охарактеризовать основные элементы корпоративной культуры: ? осознание работником своего места в компании (группе); ? тип совместной деятельности; ? нормы поведения; ? тип управления; ? культура общения; ? система коммуникаций; ? деловой этикет; ? традиции компании; ? особенности трактовки полномочий и ответственности; ? трудовая этика; и т.д.

Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: - Что такое корпоративные СМИ? - Задачи корпоративной культуры в медиаорганизациях? - Приведите примеры развитой корпоративной культуры в российских СМИ - Приведите примеры развитой корпоративной культуры в зарубежных СМИ - Отличается ли на ваш взгляд корпоративная культура российских медиаорганизаций от иностранных медиаорганизаций?

Тема 3. Структура корпоративной культуры

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: - Что такое психологический климат? - Приведите примеры норм поведения в современных медиаорганизациях в России и других странах - Чем отличается мировоззрение (как структурный элемент корпоративной культуры) от корпоративных ценностей? - Как соотносятся десять содержательных характеристик, свойственных любой корпоративной культуре (Ф. Харрис и Р. Моран) и особенности делового этикета разных организаций?

Тема 4. Виды и типы корпоративной культуры

письменная работа , примерные вопросы:

Заполнить таблицы "Виды и типы корпоративных культур" В таблице обязательно должны быть: 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. Шротбека). Корпоративные культуры, выделяемые в России (органическая, бюрократическая, предпринимательская, партисипативная). Виды корпоративных культур: сильные и слабые культуры экономических систем. Бесспорные и небесспорные культуры. Открытые, закрытые культуры. Обезличенные, персонализированные культуры.

Тема 5. Формирование корпоративной культуры в СМИ. Значение групп в корпоративной культуре СМИ

Тема 6. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для обсуждения 1. Выделите критерии, по которым осуществляется диагностика корпоративной культуры. 2. Для каких целей необходимо изучать корпоративную культуру? 3. Методика определения стиля руководства трудовым коллективом. 4. Оценка толерантности и доверия в коллективе. 5. Характеристики благоприятного социально-психологического климата. 6. Признаки нездорового социально-психологического климата. 7. Влияние социально-психологического климата на деятельность организации. 8. Методы экспресс-диагностики социально-психологического климата. 9. Какие вы знаете методы изучения корпоративной культуры? 10. Опишите этапы построения профиля корпоративной культуры. 11. Какие факторы влияют на социально-психологический климат коллектива? 12. Какие методы используются для определения сплоченности коллектива? 13. Какова взаимосвязь социально-психологического климата в коллективе и корпоративной культуры?

Тема 7. Специфика российских и зарубежных корпоративных культур

Тема 8. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры

Тема 9. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: - Что по вашему мнению означает быть лидером? - Приведите примеры/цитаты/теории популярных топ-менеджеров о лидерстве и руководстве. Объясните свой выбор и оцените приведенный пример/цитату/теорию. - Планирование карьеры: необходимость или прихоть? - Какие отношения "руководитель-подчиненный" вы считаете наиболее эффективными? - Что такое вертикальная и горизонтальная коммуникация в организации? - Какой тип коммуникации наиболее характерен/эффективен для медиаорганизации? - В чем на ваш взгляд особенность руководства в СМИ? Обоснуйте свое мнение.

Тема 10. Ценности персональные и общие.

Тема 11. Особенности корпоративного общения в СМИ

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: - Тайм-менеджмент. - Инструменты самоменеджмента: ?кривая жизни?, временной ряд для ранжирования жизненных целей, анализ своих сильных и слабых сторон, установление приоритетов с помощью анализа АБВ и принципа Эйзенхауэра. - Симптомы и причины нерациональной организации труда руководителей. - Делегирование.

Тема 12. Командоформирование. Мотивация сотрудников.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: - Деятельность журналиста в потребностно-мотивационной сфере персонала. - Четыре этапа развития команды. - Критерии эффективно работающей команды. Формальный и неформальный лидер.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Юилет состоит из двух вопросов. В свое ответе студент должен раскрыть не только знание по Корпоративной культуре в средствах массовой информации, но и знание современного контекста СМИ, а также продемонстрировать навыки работы с проблемами медиапсихологического характера на примере СМИ.

Теоретические вопросы к зачету:

1. Особенности эффективных корпоративных коммуникаций.
2. Структурные элементы корпоративной культуры (материальные, духовные, знаково-символические).
3. Факторы, определяющие корпоративные культуры (внешние, внутренние, системные).
4. Функции корпоративной культуры.
5. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Уровни организационной культуры (Э. Шейн)
6. Три уровня корпоративной культуры:
7. Корпоративные ценности. Психологический климат.
8. Десять содержательных характеристик, свойственных любой корпоративной культуре (Ф. Харрис и Р. Моран).
9. Типология С. Ханди - культура власти, роли, задачи, личности.
10. Культура "оранжереи", "собирателей колосьев", "огорода", "французского сада", "крупных плантаций", "лианы", "косяка рыб", "кочующей орхидеи" (М. Бурке).
11. Корпоративный тип культуры, консультативный, "партизанский", предпринимательский (Р. Акофф).
12. 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).
13. Культура индивидуализма и коллективизма (Г. Ховстед).

14. Культуры, основанные на различных ценностных ориентациях (Ф. Клухона, Ф. Л. Шротбека).
15. Корпоративные культуры, выделяемые в России (органическая, бюрократическая, предпринимательская, партисипативная).
16. Виды корпоративных культур.
17. Подходы к формированию корпоративной культуры.
18. Основные методы формирования корпоративной культуры:
19. Понятие и структура группы. Виды групп.
20. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ
21. Специфика российских и зарубежных корпоративных культур
22. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры.
23. Управление корпоративной культурой в СМИ.
24. Адаптация человека к организации.
25. Факторы взаимодействия человека и организации (демографические признаки, компетентности, психологические особенности).
26. Понятие и виды мотивации. Модели и теории мотивации.
27. Формальный и неформальный лидер.
28. Самоменеджмент.

7.1. Основная литература:

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 'Журналистика' / В. Л. Цвик. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. - (Серия 'Медиаобразование'). - ISBN 978-5-238-01530-9. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394929>
2. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве [Электронный ресурс]: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=4153371>.

7.2. Дополнительная литература:

1. Общая и социальная психология: Учебник / М.И. Еникеев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2010. - 640 с <http://znanium.com/bookread.php?book=220529>
2. Соснин В. А. Социальная психология: Учебник / В.А. Соснин, Е.А. Красникова. - 3-е изд. - М.: Форум, 2010. - 336 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=217160>
3. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров и др.; Под ред. А.Я. Кибанова; ГУУ - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 424 с.: <http://znanium.com/bookread2.php?book=322836>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Имидж и самоимидж - <http://www.z-gr.ru/publications/im3>
- Корпоративная культура - <http://psychologiya.com.ua/korporativnaya-kultura.html>
- Понятие и классификация - <http://magistr-mba.ru/aboutusmenu/seniorspublicsmenu/57>
- Составляющие корпоративной культуры - <http://www.iacbt.ru/main.mhtml?Part=122>
- Традиции - http://hr-hunter.com/lib/practicum/138/#_Toc9826236

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Корпоративная культура в средствах массовой информации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Освоение дисциплины "Корпоративная культура в средствах массовой информации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВО.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

аудитория с проектором и экраном

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.02 "Журналистика" и профилю подготовки Телевидение .

Автор(ы):

Шакурова А.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

"__" _____ 201__ г.