

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: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Шакурова А.Р.

**Рецензент(ы):**

Гусейнова А.А.

### **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 941814217

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 4 курсе, 8 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.2 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 031300.62 - Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестре.

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-3 (общекультурные компетенции)	способностью использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности
ОПК-11 (профессиональные компетенции)	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-14 (профессиональные компетенции)	способностью базироваться на знаниях особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов
ОПК-15 (профессиональные компетенции)	способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилиевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика)
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	способностью ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа
ОПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы

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;

ориентироваться в основных процессах и тенденциях развития корпоративной журналистики.

3. должен владеть:

владеть современными методами и инструментами диагностики состояния корпоративной культуры, а также способами её повышения;

владеть основами разработки и внедрения корпоративных стандартов в области управления персоналом;

способностью эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

готовность к кооперации с коллегами, к работе на общий результат, обладанием навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других;

способностью отстаивать свою точку зрения, не разрушая отношения;

готовность применять их на практике стратегии управления персоналом.

**4. Структура и содержание дисциплины/ модуля**

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 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. Структура и типология корпоративной культуры	8		2	0	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ. Формирование корпоративной культуры в СМИ.	8		1	0	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ. Анализ элементов (ценностей, кредо, миссии организации). Факторы, влияющие на уровень формирования и развития корпоративной культуры.	8		2	4	0	Устный опрос Творческое задание
4.	Тема 4. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры. Особенности корпоративной культуры других стран (Японии, Америки, Германии)	8		2	2	0	Творческое задание
5.	Тема 5. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры	8		2	2	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.	8		2	0	0	Эссе
7.	Тема 7. Ценности персональные и общие.	8		1	2	0	Дискуссия
8.	Тема 8. Командоформирование. Мотивация сотрудников.	8		2	2	0	Деловая игра
9.	Тема 9. Стандарты поведения. Правила работы с клиентами и конкурентами. Образцы поведения в конфликтных ситуациях. Стандарты внешнего вида.	8		2	4	0	Дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
10.	Тема 10. Проектирование изменений корпоративной культуры Механизмы развития корпоративной культуры. Основные ошибки внедрения проектов по формированию корпоративной культуры в СМИ	8		2	2	0	Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			18	18	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. История зарождения представлений о корпоративной культуре. Структура и типология корпоративной культуры

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Содержание корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры. Значение корпоративной культуры для журналиста. Связь корпоративной и организационной культуры. В. А. Спивак: организационная культура как общее, а корпоративная культура как частное. 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. Десять содержательных характеристик, свойственных любой корпоративной культуре (Ф. Харрис и Р. Моран). Типы, виды и составляющие корпоративной культуры.

##### Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ. Формирование корпоративной культуры в СМИ.

###### **лекционное занятие (1 часа(ов)):**

СМИ как медиасистема. Корпоративная культура СМИ: понятие, место и роль в процессе управления. Управление средствами массовой информации и управление информацией. Механизмы распространения организационной культуры. Развитие субкультур. Дефекты культуры организации. Роль основателей. Модель Курта Левина.

##### Тема 3. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ. Анализ элементов (ценностей, кредо, миссии организации). Факторы, влияющие на уровень формирования и развития корпоративной культуры.

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Критерии (индикаторы) необходимости изучения корпоративной культуры. Вопросы определения мер, измерений. Взаимосвязь типов совместной деятельности, типов и рычагов управления.

###### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Оценка управленческих навыков. Рейтинговые оценки сотрудников. Методы диагностики: тестирование, анкетирование, опрос, выявление социально-психологического климата. Построение профиля корпоративной культуры.

#### **Тема 4. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры. Особенности корпоративной культуры других стран (Японии, Америки, Германии)**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Национально-культурные аспекты управления. Специфика национальной культуры, определяющая адаптацию зарубежного опыта по формированию корпоративной культуры. Взаимодействие корпоративной культуры иностранной компании с национальной культурой принимающей страны.

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Искусство делового общения в разных странах. Сравнительный анализ корпоративной культуры России, Германии, Америки и Японии. СМИ в разных странах: особенности развития и управления.

#### **Тема 5. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры**

##### **лекционное занятие (2 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 (2 часа(ов)):**

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 6. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Качество трудовой жизни. Факторы отношения к труду. Характер, содержание, условия труда журналиста. НОТ. Безопасность труда и ее обеспечение. Режим труда и отдыха. Социально-экономические, организационно-технические, природные, психоорганизационные, санитарно-гигиенические, эстетические условия труда в СМИ. Стили руководства. Соотношение понятий лидерства и руководства. Роль руководителя в построении организационной культуры.

#### **Тема 7. 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).

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Ценности личности и установки. Возможности влияния на ценности и установки. Вовлеченность в работу и приверженность организации. Пути формирования приверженности медиапредприятию.

#### **Тема 8. Командоформирование. Мотивация сотрудников.**

##### **лекционное занятие (2 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 (2 часа(ов)):**

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

#### **Тема 9. Стандарты поведения. Правила работы с клиентами и конкурентами. Образцы поведения в конфликтных ситуациях. Стандарты внешнего вида.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Лидерство и трансляция ценностей в организации. Отношения руководитель-подчиненный. Культура проведения совещаний. Правила работы с клиентами. Нормы поведения с коллегами. Принципы работы с конкурентами. Правила ведения телефонных переговоров. Образцы поведения в конфликтных ситуациях. Стандарты внешнего вида.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Тренинг по организации эффективной работы с ближайшими конкурентами. Как сделать из конкурента партнера? Как эффективно позиционировать свою организацию? Как правильно рекламировать себя по телефону? Выполнение упражнений на развитие навыков коммуникации с их дальнейшим совместным обсуждением. Возможно приглашение эксперта в данной области.

**Тема 10. Проектирование изменений корпоративной культуры Механизмы развития корпоративной культуры. Основные ошибки внедрения проектов по формированию корпоративной культуры в СМИ**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Проектирование изменений корпоративной культуры Механизмы развития корпоративной культуры. Формирование задач. Планирование изменений. Распределение ответственности. Аудит и контролинг решений. Основные ошибки внедрения проектов по формированию корпоративной культуры

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Заключительное практическое задание с последующим обсуждением: придумать эффективный план по уходу вашей организации с рынка, чтобы остаться с положительным имиджем у аудитории.

**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. Структура и типология корпоративной культуры	8		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ. Формирование корпоративной культуры в СМИ.	8		подготовка к устному опросу	10	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ. Анализ элементов (ценностей, кредо, миссии организации). Факторы, влияющие на уровень формирования и развития корпоративной культуры.	8		подготовка к творческому заданию	10	творческое задание
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры. Особенности корпоративной культуры других стран (Японии, Америки, Германии)	8		подготовка к творческому заданию	10	творческое задание
5.	Тема 5. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры	8		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
6.	Тема 6. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.	8		подготовка к эссе	14	эссе
7.	Тема 7. Ценности персональные и общие.	8		подготовка к дискуссии	10	дискуссия
8.	Тема 8. Командоформирование. Мотивация сотрудников.	8		подготовка к деловой игре	10	деловая игра
9.	Тема 9. Стандарты поведения. Правила работы с клиентами и конкурентами. Образцы поведения в конфликтных ситуациях. Стандарты внешнего вида.	8		подготовка к дискуссии	10	дискуссия

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
10.	Тема 10. Проектирование изменений корпоративной культуры Механизмы развития корпоративной культуры. Основные ошибки внедрения проектов по формированию корпоративной культуры в СМИ	8		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
	Итого				108	

## 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. Структура и типология корпоративной культуры

устный опрос , примерные вопросы:

Представление о культуре в различных науках. Культура как духовное и материальное, культура вне и внутри личности. Факторы, определяющие корпоративные культуры (внешние, внутренние, системные). Крупнейшие ученые в области корпоративной культуры.

Корпоративная культура в контексте национальной культуры.

### Тема 2. Общие представления о корпоративной культуре в СМИ. Формирование корпоративной культуры в СМИ.

устный опрос , примерные вопросы:

Разведите понятия "корпоративная журналистика" и "корпоративная культура в СМИ".

Мировоззрение. Корпоративные ценности. Стили поведения, характеризующие работников конкретной организации.

### Тема 3. Методы и технологии диагностики корпоративной культуры СМИ. Анализ элементов (ценностей, кредо, миссии организации). Факторы, влияющие на уровень формирования и развития корпоративной культуры.

творческое задание , примерные вопросы:

Проанализировать основные элементы (ценностей, кредо, миссии организации) какого-либо СМИ. Выделить факторы, влияющие на уровень формирования и развития корпоративной культуры в этой организации.

устный опрос , примерные вопросы:

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

#### **Тема 4. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры. Особенности корпоративной культуры других стран (Японии, Америки, Германии)**

творческое задание , примерные вопросы:

Работа в группе. Определить и описать особенности менталитета, отличительных особенностей мировоззрения россиян. Представить проблемную ситуацию, возникшую из-за различий менталитета журналистов из разных стран, и пути решения этой ситуации.

#### **Тема 5. Особенности взаимосвязи стратегии компании и ее корпоративной культуры**

устный опрос , примерные вопросы:

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 6. Управление корпоративной культурой в СМИ. Культура труда. Культура управления.**

эссе , примерные темы:

Темы для написания эссе: Планирование карьеры в СМИ. Проблемы управления современными массмедиа. Культура труда на современном российском телевидении.

#### **Тема 7. Ценности персональные и общие.**

дискуссия , примерные вопросы:

Диагностика ценностных ориентаций личности с помощью методики М. Рокича с последующим обсуждением результатов. Диагностика ценностных ориентаций в карьере с помощью методики ?Якоря карьеры? (Э.Шейн, перевод и адаптация В.А.Чикер, В.Э.Винокурова) с последующим обсуждением результатов.

#### **Тема 8. Командоформирование. Мотивация сотрудников.**

деловая игра , примерные вопросы:

Деловая игра "Катастрофа" Целью игры является исследование процессов, происходящих в группе при поиске и принятии коллективных решений. В процессе игры участники смогут проанализировать свои умения вести обсуждение, планировать свою деятельность, идти на компромиссы, слушать друг друга, аргументированно доказывать свою точку зрения, управлять своими эмоциями. Игроки разберутся в вопросе, как наиболее эффективно организовать дискуссию, как избежать грубых столкновений в споре и расположить других к принятию своего мнения. Как правило, в процессе игры затрагивается широкий спектр проблем: фазы, через которые проходит практически любая дискуссия, лидер и его качества, индивидуальный вклад в работу команды, правила эффективного общения, элементы самопрезентации. Формат игры может быть как эмоционально-поддерживающим, так и эмоционально-провоцирующим (согласовывается с Заказчиком). Сюжет игры Участников игры ждет захватывающее и яркое путешествие! Путешествие обещает быть и интересным, и трудным, поэтому очень важно, какие люди окажутся рядом друг с другом. Игроки формируют команды и отправляются в путь... Но непредвиденные обстоятельства изменяют планы путешественников, и теперь им предстоит бороться за свою жизнь! Игрокам предстоит обсудить и принять решение, как спастись. Только совместное решение, которое удовлетворит всех участников, позволит им выжить. Возможны разные сюжеты: катастрофа в пустыне, катастрофа на воздушном шаре, кораблекрушение, посадка на Луне.

## **Тема 9. Стандарты поведения. Правила работы с клиентами и конкурентами. Образцы поведения в конфликтных ситуациях. Стандарты внешнего вида.**

дискуссия , примерные вопросы:

Вопросы для обсуждения: Конфликт как объективное социальное явление Функции конфликта и его структура Амортизация конфликтного поведения Расстановка позиций участников конфликта Анализ конфликтов Разрешение конфликтов Стили поведения в конфликте, стратегии и тактики Управление конфликтами Медиация

## **Тема 10. Проектирование изменений корпоративной культуры Механизмы развития корпоративной культуры. Основные ошибки внедрения проектов по формированию корпоративной культуры в СМИ**

устный опрос , примерные вопросы:

Основные направления работы по формированию корпоративной культуры Механизмы развития корпоративной культуры. Стратегии развития корпоративной культуры в СМИ. 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:

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.

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:**

- А. Я. Психология: тесты, тренинги, словарь, статьи - <http://azps.ru/>  
Административно-управленческий портал - <http://www.aup.ru/>  
Бизнес Инжиниринг групп - [http://bigc.ru/publications/other/org\\_culture/](http://bigc.ru/publications/other/org_culture/)  
ООО Корпоративные системы управления - КОРПСИС - <http://corpsys.ru/Articles/Human/Organizational-Culture.aspx>  
ЧЕЛОВЕК В ЗЕРКАЛЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КУЛЬТУР - <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/7/Lukov/>

## **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.

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.

Освоение дисциплины "Корпоративная культура в средствах массовой информации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: мультимедийный компьютер, мультимедиапроектор, средства телекоммуникации (электронная почта, выход в Интернет), экран.

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):

Гусейнова А.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.