

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс: имидж и корпоративная культура организаций на информационном рынке
Б3.В.12

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Периодическая печать

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Баканов Р.П.

Рецензент(ы):

Шайхитдинова С.К.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Даутова Р. В.

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

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

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

Регистрационный No 941841314

Казань
2014

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) доцент, к.н. (доцент) Баканов Р.П. Кафедра телевидения и телепроизводства Отделение массовых коммуникаций ,
Roman.Bakanov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Сформировать поведенческие навыки корпоративной культуры.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

1. Ознакомить студентов с терминологией, ролью, целью, задачами и принципами корпоративной культуры.
2. Дать теоретические знания о типах, видах и основных внешних и внутренних составляющих корпоративной культуры.
3. Познакомить с современными методами и принципами создания корпоративной культуры.
4. Научить основным правилам командной работы. Раскрыть психологические аспекты создания команды и делегирование полномочий. Показать значение мотивация креативных предложений, имиджа руководителя и Кодекс корпоративной культуры.
5. Провести работу по приобретению навыков диагностики корпоративной культуры и проектирование её изменений.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.12 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к вариативной части. Осваивается на 5 курсе, 9, 10 семестры.

Данная дисциплина относится к дисциплинам по выбору ОПД.В3 относится к курсу оцепрофессиональных

Дисциплина преподается на 4 курсе в 8 семестре.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-19 (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.
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.

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
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:

значение корпоративной культуры, традиций и корпоративных кодексов в организации, их цель, функции, принципы формирования и основные составляющие.

2. должен уметь:

ориентироваться в ситуационном положении организации, разрабатывать основные стандарты корпоративной культуры и положения Корпоративного кодекса. Строить отношения с коллегами и потребителями информационных услуг.

3. должен владеть:

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

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять теоретические знания корпоративной культуры на практике.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины отсутствует в 9 семестре; зачет в 10 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. Корпоративная культура СМИ. Корпоративная культура СМИ: понятие, место и роль в процессе управления. Миссия организации - базовая основа корпоративного имиджа. Цель, задачи, и функции корпоративной культуры. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры.	9	1	2	0	0	устный опрос
2.	Тема 2. Типы, виды и составляющие корпоративной культуры. Виды корпоративного имиджа. Имидж среды (офис, кабинет, автомобиль). Имидж предметов (имидж овеществленный). Имидж вербальный (манера говорить). Имидж кинетический (жесты, мимика, телодвижения). Имидж габитарный (костюм, прическа, аксессуары). Имидж ментальный (мировоззренческий, морально-этический, стереотипный.) Имидж фоновый ("короля делает свита")	10	1-2	2	2	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. Внешние составляющие корпоративной культуры. Маркетинговая стратегия. Формулирование принципов и основных функций. Постановка целей и задач. Создание индивидуальности фирменной марки, стиля, логотипа и рекламы.	10	3-4	0	4	0	творческое задание устный опрос
4.	Тема 4. 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.	10	5	2	0	0	творческое задание устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	10		0	0	0	зачет
	Итого			6	6	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Корпоративная культура СМИ. Корпоративная культура СМИ: понятие, место и роль в процессе управления. Миссия организации - базовая основа корпоративного имиджа. Цель, задачи, и функции корпоративной культуры. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Корпоративная культура СМИ. Корпоративная культура СМИ: понятие, место и роль в процессе управления. Миссия организации - базовая основа корпоративного имиджа. Цель, задачи, и функции корпоративной культуры. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры.

Тема 2. Типы, виды и составляющие корпоративной культуры. Виды корпоративного имиджа. Имидж среды (офис, кабинет, автомобиль). Имидж предметов (имидж овеществленный). Имидж вербальный (манера говорить). Имидж кинетический (жесты, мимика, телодвижения). Имидж габитарный (костюм, прическа, аксессуар). Имидж ментальный (мировоззренческий, морально-этический, стереотипный.) Имидж фоновый ("короля делает свита")

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Типы, виды и составляющие корпоративной культуры. Типы и составляющие корпоративной культуры. Виды корпоративного имиджа. Имидж среды (офис, кабинет, автомобиль). Имидж предметов (имидж овеществленный). Имидж вербальный (манера говорить). Имидж кинетический (жесты, мимика, телодвижения). Имидж габитарный (костюм, прическа, аксессуар). Имидж ментальный (мировоззренческий, морально-этический, стереотипный.) Имидж фоновый ("короля делает свита")

практическое занятие (2 часа(ов)):

Типы, виды и составляющие корпоративной культуры. Виды корпоративного имиджа. Имидж среды (офис, кабинет, автомобиль). Имидж предметов (имидж овеществленный). Имидж вербальный (манера говорить). Имидж кинетический (жесты, мимика, телодвижения). Имидж габитарный (костюм, прическа, аксессуар). Имидж ментальный (мировоззренческий, морально-этический, стереотипный.) Имидж фоновый ("короля делает свита").

Тема 3. Внешние составляющие корпоративной культуры. Маркетинговая стратегия. Формулирование принципов и основных функций. Постановка целей и задач. Создание индивидуальности фирменной марки, стиля, логотипа и рекламы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Внешние составляющие корпоративной культуры. Маркетинговая стратегия. Формулирование принципов и основных функций. Постановка целей и задач. Создание индивидуальности фирменной марки, стиля, логотипа и рекламы.

Тема 4. 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.

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.

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. Корпоративная культура СМИ. Корпоративная культура СМИ: понятие, место и роль в процессе управления. Миссия организации - базовая основа корпоративного имиджа. Цель, задачи, и функции корпоративной культуры. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры.	9	1	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
2.	Тема 2. Типы, виды и составляющие корпоративной культуры. Виды корпоративного имиджа. Имидж среды (офис, кабинет, автомобиль). Имидж предметов (имидж овеществленный). Имидж вербальный (манера говорить). Имидж кинетический (жесты, мимика, телодвижения). Имидж габитарный (костюм, прическа, аксессуары). Имидж ментальный (мировоззренческий, морально-этический, стереотипный.) Имидж фондовый ("короля делает свита")	10	1-2	подготовка к устному опросу	12	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Внешние составляющие корпоративной культуры. Маркетинговая стратегия. Формулирование принципов и основных функций. Постановка целей и задач. Создание индивидуальности фирменной марки, стиля, логотипа и рекламы.	10	3-4	подготовка к творческому заданию	13	творческое задание
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
4.	Тема 4. 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.	10	5	подготовка к творческому заданию	15	творческое задание
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
Итого					56	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В преподавании используются традиционные подходы проведения мастер-классов с использованием инновационных элементов дискуссий, блиц-опросов и других.

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

Тема 1. Корпоративная культура СМИ. Корпоративная культура СМИ: понятие, место и роль в процессе управления. Миссия организации - базовая основа корпоративного имиджа. Цель, задачи, и функции корпоративной культуры. Особенности российской ментальности и принципы построения корпоративной культуры.

устный опрос , примерные вопросы:

Устный опрос в первые 10 минут занятия - контроль остаточных знаний студентов.

Тема 2. Типы, виды и составляющие корпоративной культуры. Виды корпоративного имиджа. Имидж среды (офис, кабинет, автомобиль). Имидж предметов (имидж овеществленный). Имидж вербальный (манера говорить). Имидж кинетический (жесты, мимика, телодвижения). Имидж габитарный (костюм, прическа, аксессуары). Имидж ментальный (мировоззренческий, морально-этический, стереотипный.) Имидж фоновый ("короля делает свита")

устный опрос , примерные вопросы:

Устный опрос в первые 10 минут занятия - контроль остаточных знаний студентов по теме предыдущего занятия.

Тема 3. Внешние составляющие корпоративной культуры. Маркетинговая стратегия. Формулирование принципов и основных функций. Постановка целей и задач. Создание индивидуальности фирменной марки, стиля, логотипа и рекламы.

творческое задание , примерные вопросы:

Индивидуальная работа студентов - подготовка в письменном виде оригинальной фирменной марки, стиля, логотипа и рекламы будущего предприятия, сферу деятельности которого определяет преподаватель во время выдачи домашнего задания студентам.

устный опрос , примерные вопросы:

Устный опрос в первые 10 минут занятия - контроль остаточных знаний студентов по теме предыдущего занятия.

Тема 4. 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.

творческое задание , примерные вопросы:

Подготовка каждым студентом письменной имиджевой статьи - портрета человека одной из рабочих профессий (профессия выдается преподавателем при оглашении темы письменной работы).

устный опрос , примерные вопросы:

Устный опрос в первые 10 минут занятия - контроль остаточных знаний студентов по теме предыдущего занятия.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету:

1. Определение понятия имиджологии. Компоненты имиджа личности.
2. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
3. Принципы имиджологии.
4. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
5. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
6. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
7. Морально-этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа.
8. Формирование имиджа политика и руководителя как создание социальной реальности в сознании людей.
9. Общественное мнение и общественное сознание как факторы формирования имиджа.
10. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа руководителя.
11. Социальные стереотипы и установки как факторы формирования имиджа руководителя.
12. Семиотические процессы формирования имиджа руководителя.
13. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия).
14. Формирование имиджа руководителя в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.

15. Технология имиджирования руководителя.
16. Стратегии и тактики построения имиджа руководителя. Виды имиджирующей информации.
17. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа эффективного руководителя.
19. Этапы формирования имиджа руководителя и их характеристика.
20. Обеспечение постоянства имиджа руководителя.
21. Имидж руководителя и корпоративная культура.
22. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
23. Самопрезентация как комплексная технология формирования имиджа руководителя.
24. Факторы восприятия личности руководителя в общественном сознании.
25. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности.
26. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
27. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
28. Создание установки принятия имиджа руководителя (ситуативной, фиксированной).
29. Понятие и характеристика корпоративного имиджа.
30. Роль имиджа государственного органа, должностного лица, государственного служащего в условиях современного государственного управления.
31. Внешний и внутренний имидж руководителя. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
32. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.
33. Алгоритм совершенствования имиджа руководителя.
34. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа руководителя.
35. Образ руководителя в российском обществе.
36. Образ политика в российском обществе.
37. Образ государственного служащего в российском обществе.
38. Имидж женщины - эффективного руководителя.
39. Имидж мужчины - эффективного руководителя.
40. Нормативно-правовые основы имиджмейкерства: международный и российский опыт.
41. Политический и геополитический имидж современной России.
42. Имидж и карьера руководителя (государственного служащего).
43. Имидж руководителя и коммуникации. Навыки эффективного коммуникатора.
44. Имидж антиконфликтного руководителя.
45. Имиджелогия как междисциплинарная наука.
46. Социально-психологический портрет слабого и сильного руководителя.
47. Стратегии построения современного имиджа эффективного руководите

7.1. Основная литература:

1. Колесникова, Н.Л. Деловое общение. Business Communication [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.Л. Колесникова. - 5-е изд., стер. - М.: Флинта, 2012. - 152 с. - ISBN 978-5-89349-521-8. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=495986>.
2. Книга. Текст. Коммуникация. Словарь-справочник новейших терминов и понятий: Справочник / Ю.В. Щербинина. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: 84x108 1/32. (обложка) ISBN 978-5-91134-959-2, 300 экз. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=476257>.
3. Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Т.Н. Персикова. - М.: Логос, 2011. - 224 с. - ISBN 978-5-98704-127-9 // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469331>.

4. Старовойтова, И.А. Ваше мнение [Электронный ресурс]: учеб. пособие по разговорной практике / И.А. Старовойтова. - 6-е изд., стер. - М.: Флинта, 2013. - 288 с. - ISBN 978-5-89349-676-5 // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=463406>.

7.2. Дополнительная литература:

1. Колокольцева, Т.Н. Рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс]: коллективная монография / Науч. ред. Т.Н. Колокольцева. - М.: Флинта: Наука, 2011. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-1112-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037667-0 (Наука) // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406010>
2. Травин, В.В. Деловое общение. - М.: Академия народного хозяйства при правительстве РФ: Дело, 2006. - 95 с.
3. Шепель, В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. - 472 с. имеч. - ISBN 978-5-98201-050-6 ((в пер.)), 500 экз.

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 "Мастер-класс: имидж и корпоративная культура организаций на информационном рынке" 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 ВПО.

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.

аудитория с проектором и экраном

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.62 "Журналистика" и профилю подготовки Периодическая печать .

Автор(ы):

Баканов Р.П. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Шайхитдинова С.К. _____

"__" _____ 201__ г.