

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Воронежский государственный архитектурно-строительный университет»

Директор института экономики,
менеджмента и информационных
технологий
С.А. Баркалов
« 1 » сентября 2015



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины

«Организационная культура»

Направление подготовки (специальность) **38.03.03 «Управление персоналом»**
Профиль (специализация) **нет**
Квалификация (степень) выпускника: **бакалавр**
Нормативный срок обучения **4 года**
Форма обучения: **очная**

Автор программы: ст.преподаватель  Киреева Е.А.
Программа обсуждена на заседании кафедры управления строительством
« 31 » августа 2015 г. Протокол № 1
Зав.кафедрой д.т.н., проф.  Баркалов С.А.

Воронеж 2015

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью дисциплины «Организационная культура» является ознакомление студентов с моделями поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации.

1.2. Задачами дисциплины «Организационная культура»:

- знакомство студентов с развитием эффективного менеджмента;
- принятая система лидерства;
- стили разрешения конфликтов;
- действующая система коммуникации;
- положение индивида в организации;
- принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы;
- виды корпоративных культур;
- типы современных российских корпоративных культур.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Организационная культура» относится к вариативной части гуманитарного, социального, экономического цикла.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для изучения данной дисциплины. Изучение дисциплины «Организационная культура» требует основных знаний, умений и компетенций студента по курсам:

История менеджмента: основы менеджмента; система принципов, методов и технологий управления.

Социологии: изучение общественной жизни человека, изучение групп и обществ; анализ структуры социальных отношений в том виде, в каком они складываются в ходе социального взаимодействия.

Дисциплина является необходимой для изучения дисциплин: «Основы управленческого консультирования», «Этика деловых отношений», «Инновационный менеджмент в управлении персоналом».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Процесс изучения дисциплины «Организационная культура» направлен на формирование следующих компетенций:

- профессиональные компетенции:

- знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62)
- владением навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68)

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать:

- корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62)

Владеть:

- навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68)

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Организационная культура» составляет 3 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7	-	-	-
Аудиторные занятия (всего)	54	54			
Лекции	18	18			
Практические занятия (ПЗ)	36	36			
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
В том числе:					
Курсовой проект					
Контрольная работа					
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет	Зачет			
Общая трудоемкость	108	108			
час					
зач.ед	3	3			

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Понятие корпоративной культуры	Понятия корпоративной и организационной культуры История организации и ее культура Организационная культура как система корпоративных правил культура как аналог большой культуры Корпоративная культура как коллективное бессознательное Ограничения корпоративной культуры
2	Корпоративная культура в России	Особенностей российской культуры Хаос в российской культуре
3	Виды и индикаторы культуры	Виды культуры организации Структура корпоративной культуры Индикаторы культуры Позитивная и негативная культура
4	Изменение и формирование корпоративной культуры	Изменение корпоративной культуры Формирование корпоративной культуры

5.2. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин			
		1	2	3	4
1	Основы управленческого консультирования	+	+	+	+
2	Этика деловых отношений	+	+	+	+
3	Инновационный менеджмент в управлении персоналом	+	+	+	+

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п.п	Лекции (краткое содержание)	К-во лекционных часов	Объем на тематический блок, ч			Всего, час
			Практические и др. занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
М-1. Понятие корпоративной культуры						
	Понятия корпоративной и организационной культуры История организации и ее культура Организационная культура как система корпоративных правил культура как аналог большой культуры Корпоративная культура как коллективное бессознательное Ограничения корпоративной культуры	6	8		12	26
М-2. Корпоративная культура в России						
	Особенностей российской культуры Хаос в российской культуре, особенности поведения российского работника.	4	8		12	24
М-3. Виды и индикаторы культуры						
	Виды культуры организации Структура корпоративной культуры Индикаторы культуры Позитивная и негативная культура. Понятие и структура репутации и имиджа организации. Управление репутацией.	4	12		14	30
М-4. Изменение и формирование корпоративной культуры						
	Изменение корпоративной культуры	4	8		16	28

№ п.п	Лекции (краткое содержание)	К-во лекционных часов	Объем на тематический блок, ч			Всего, час
			Практические и др. занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
	Формирование корпоративной культуры Лидерство в организации при различных типах культур					

5.4. Практические занятия

№ п.п.	№ раздела дисциплины	Тема занятия	Трудоемкость (час)
1	1	Упр. «Коммуникативность и адаптация работника», «Эффективность одно-двусторонней коммуникации», «Типовая карта коммуникативной деятельности»	2
2	1	Сущность корпоративного поведения.	2
3	2	Формирование базисных концепций корпоративной культуры. Механизм построения КП. Модели корпоративного поведения.	2
4	2	Моделирование организационного поведения. Упр. «Стили поведения руководителя», «Мой лучший менеджер»	2
5	3	Упр. «Организационная культура», «Управляем ли мы корпоративной культурой» Основы организационной культуры. Цели и задачи организационной культуры. Функции организационной»	6
6	4	Тест «Готовы ли вы ко всяким неожиданностям», «Потребность в перестройке», «Преодоление стереотипов»	2
7	4	Расчет показателей эффективности организационного поведения. Активные методы обучения людей.	2

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ, КУРСОВЫХ И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Курсовые проекты не предусмотрены учебным планом.

Контрольные работы:

Первая контрольная работа по тема: Понятия корпоративной и организационной культуры

История организации и ее культура. Организационная культура как система корпоративных правил.

Вторая контрольная работа по тема: Особенности российской культуры. Виды культуры организации. Структура корпоративной культуры. Индикаторы культуры

Третья контрольная работа по тема: Изменение корпоративной культуры. Формирование корпоративной культуры Лидерство в организации при различных типах культур

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО И ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА»

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

№ п/п	Компетенция (общекультурная – ОК; профессиональная - ПК)	Форма контроля	семестр
1	<ul style="list-style-type: none"> корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Реферат (Р) Зачет (З)	7
2	<ul style="list-style-type: none"> навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Реферат (Р) Зачет (З)	7

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Форма контроля			
		УО	Т	Р	З
Знает	<ul style="list-style-type: none"> корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	+	+	+	+
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 	+	+	+	+

7.2.1. Этап текущего контроля знаний

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по пятибалльной шкале с оценками:

- «отлично»;
- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно»;

- «не аттестован».

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
Знает	<ul style="list-style-type: none"> корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	отлично	<p>Полное или частичное посещение лекционных и практических занятий.</p> <p>Выполненные Т, Р и УО на оценки «отлично».</p>
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 		
Знает	<ul style="list-style-type: none"> корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	хорошо	<p>Полное или частичное посещение лекционных и практических занятий.</p> <p>Выполненные Т, Р и УО на оценки «хорошо».</p>
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 		
Знает	<ul style="list-style-type: none"> корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	удовлетворительно	<p>Полное или частичное посещение лекционных и практических занятий.</p> <p>Удовлетворительное выполнение Т, Р и УО</p>
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 		
Знает	<ul style="list-style-type: none"> корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	неудовлетворительно	<p>Частичное посещение лекционных и практических занятий.</p> <p>Неудовлетворительно</p>

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 		выполненные Т, Р и УО
Знает	<ul style="list-style-type: none"> • корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	не аттестован	Непосещение лекционных и практических занятий. Невыполненные Т, Р и УО
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 		

7.2.2. Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля (зачет) оцениваются по двухбалльной шкале с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
Знает	<ul style="list-style-type: none"> • корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	зачтено	<p>1. Студент демонстрирует полное понимание вопросов. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.</p> <p>2. Студент демонстрирует значительное понимание вопросов. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.</p> <p>3. Студент демонстрирует частичное понимание вопросов. Большинство требований,</p>
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> • навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 		

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания
			предъявляемых к заданию выполнены.
Знает	<ul style="list-style-type: none"> корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-62) 	не зачтено	1. Студент демонстрирует небольшое понимание вопросов. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены.
Владеет	<ul style="list-style-type: none"> навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике (ПК-68) 		2. Студент демонстрирует непонимание вопросов. 3. У студента нет ответа. Не было попытки выполнить задание.

7.3. Примерный перечень оценочных средств

7.3.1 Темы рефератов

1. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.
2. Мифодизайн в культуре организации.
3. Организационная культура предприятия в системе управления персоналом.
4. Различия в понимании истоков формирования и сущности культуры корпорации: рационалистический и феноменологический подходы.
5. Корпоративный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании.
6. Влияние экономического кризиса на политику развития корпоративной культуры компании.
7. Этика глобализирующегося общества.
8. Моральные проблемы международного бизнеса.
9. Проблема социальной ответственности организации.
10. Особенности формирования профессионального самосознания специалистов
11. Проблемы этики бизнеса в России
12. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.
13. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации.
14. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.
15. Репутация и корпоративная идентичность.
16. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации.
17. Роль государственных институтов в формировании репутации организации.

18. Воздействие репутации на оценочную стоимость корпорации.
19. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.
20. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний.
21. Социологический подход к управлению общественными явлениями.
22. Социальная природа управления.
23. Социальные отношения в управлении.
24. Социологические и психологические аспекты управленческой деятельности.
25. Социальное управление как вид управленческой деятельности в обществе.
26. Социальные технологии в управлении.
27. Методы социального управления.
28. Социология управления и институт государственной службы.
29. Социология местного самоуправления: темы и проблемы.
30. Группа как основа социальной организации. Групповая динамика.
31. Поведение личности и группы: проблемы управления их поведением.
32. Организационная культура: понятие, структура и развитие.
33. Понятие «команда», ее роль в жизнедеятельности организации.
34. Социально-психологический портрет руководителя организации.
35. Социальный лидер управленческого типа.
36. Социальные позиции и роли личности в системе управленческих отношений.
37. Управленческие способности: понятие и их роль.
38. Управление социальным конфликтом.
39. Основные признаки инноваций в области социальной организации и управления.
40. Социальная организация: сущность, структура, потенциал.
41. Контроль и власть в управлении социальной организацией.
42. Особенности коммуникационных процессов в системе управления.
43. общение в процессе управления.
44. Методы социально-психологической диагностики организаций.
45. Сущность мотивации как функции управления в организации.
46. Социальная организация как совокупность социальных ролей.
47. Социально-психологические особенности принятия управленческих решений.
48. Критерии оценки эффективности и качества управленческого труда (управления).
49. Управление связями с общественностью на предприятии (организации).
50. Основные правила установления и поддержания связей с общественностью.
51. Организация проведения выставок.
52. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения.
53. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
54. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
55. Сущность и основные цели рекламы.
56. Основные права и обязанности сторон при изготовлении и распространении рекламных материалов.
57. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
58. Источники и методы получения информации о конкурентах при установлении связей с общественностью.
59. Организационно-правовое обеспечение внутрифирменных служб информационной безопасности при осуществлении связей с общественностью.
60. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.
61. Ответственность изготовителей, исполнителей и продавцов за нарушение прав потребителей.

62. Презентационная работа с потребителями при осуществлении связей с общественностью.
63. Формирование корпоративной этики.
64. Направления PR-деятельности в установлении внутриотраслевых отношений предпринимателей.
65. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
66. Направления благотворительной деятельности.
67. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
68. Организация рекламной кампании.
69. Яркая идея, воплощенная в слогане.
70. Сравнение эффективности предвыборных действий.
71. Административные способы ограничения свободы слова.
72. Типы средств массовой информации и их влияние на общественность.
73. Работа специалиста по PR с чиновниками.
74. Система связей власти с общественностью.
75. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.
76. Структура и функции общественного мнения.
77. Предмет теории общественного мнения.
78. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
79. Использование общественного мнения.
80. Формирование общественного мнения.
81. Профессиональные ассоциации и стандарты. Службы PR, консультации и агентства PR.
82. Перспективы развития практики PR.
83. Базовая информация для инвесторов.

7.3.2 Задания для тестирования

Тестирование оценивается по шкале правильных ответов:

- 100%-90% - отлично
- 89%-66% - хорошо
- 65%-50% - удовлетворительно
- менее 49% - неудовлетворительно

1. Корпоративная культура - это:

- a. Культура корпорации по сравнению с другими социальными институтами
- b. Система ценностей организации в целом
- c. Процесс перенесения ценностей менеджмента на общество в целом
- d. Система ценностей ТОР – менеджмента
- e. Академический термин, используемый для описания капиталистического общества

2. Формирование корпоративной культуры – это

- a. Бесплезное занятие, пустая трата времени. Нам нужно деньги зарабатывать
- b. Это каждодневный труд, и прежде всего руководителя. Главное понимать, что ты хочешь сформировать и как этого добиться. С одной стороны, каждая мелочь влияет на «состояние души» компании, с другой стороны, именно КК позволяет устоять в любой шторм.
- c. Тренинги, team - building , ритуалы, праздники, совместный отдых и т.д. Это работа менеджера по персоналу.

3. Социально-психологическая атмосфера в группе проявляется (выбрать 3 ответа):

- a. В количестве и остроте конфликтов
- b. в удовлетворении человека в своей работе
- c. В характере отношений между людьми
- d. В конкретных результатах работы

- e. В эффективности управления
- f. Предоставлением взаимной информации
- g. Оформлением контракта деятельности человека в организации
- h. Учетом социально-психологических особенностей человека
- i. Рациональным распределением функций деятельности в организации
- j. Проведением социологических исследований

4.К основным переменным внутренней среды организации не относятся:

- a. цели фирмы
- b. структура организации
- c. технология

5.Совокупность правил, определяющих порядок деятельности организации в целом, ее структурного подразделения, отдельного работника, это:

- a. Свод правил
- b. Регламент
- c. Штатное расписание
- d. Организационная культура
- e. Корпоративная культура

6.Порядок подчинения низших должностей, подразделений, органов высшим, называется

- a. Иерархией
- b. Структурой
- c. органиграммой

7.Какого типа общества не существует?

- a) индустриального
- б) супериндустриального
- в) доиндустриального
- г) постиндустриального

8.Что является объектом изучения социологии?

- a) общество
- б) государство
- в) страна
- г) планета

9.Понятие личность теряет смысл:

- a) вне семьи
- б) вне государства
- в) вне общества
- г) вне города

10.Социальная организация данной страны, основанная на социальной структуре, - это:

- a) общество
- б) государство
- в) республика
- г) регион

11.Принято условное разделение общества на сферы:

- a) экономическую, политическую, социальную и духовную
- б) экономическую, политическую, физическую и духовную
- в) экономическую, политическую, физическую и химическую
- г) экономическую, политическую, социальную и биологическую

12. Какого типа общества нет в типологии К. Маркса:

- а) первобытнообщинного
- б) рабовладельческого
- в) капиталистического
- г) информационного

13. Какие критерии служат основанием для типологии обществ К. Маркса?

- а) способ производства и форма собственности
- б) способ производства и форма государственной власти
- в) способ производства и уровень развития культуры
- г) способ производства и уровень доходов

14. При переходе от индустриального общества к постиндустриальному:

- а) падает уровень жизни
- б) собственность как критерий социального неравенства теряет свою значимость
- в) увеличивается число детей в семье
- г) экологические проблемы теряют свою значимость

15. Стратификация, т. е. неравенство в доходах, власти, престиже и образовании, появилась:

- а) при рабовладении
- б) при феодализме
- в) при капитализме
- г) при социализме

16. Социальный контроль представляет собой механизм поддержания общественного порядка и включает два главных элемента:

- а) статусы и роли
- б) символы и атрибуты
- в) нормы и санкции
- г) обряды и традиции

17. Одним из фундаментальных институтов общества, придающим ему стабильность и способность восполнять население в каждом следующем поколении, является:

- а) религия
- б) образование
- в) государство
- г) семья

18. Теория социальной мобильности была разработана:

- а) П. Сорокиным
- б) О. Контом
- в) К. Марксом
- г) Т. Парсонсом

19. Самое яркое проявление социального статуса, определяющее положение личности в обществе:

- а) доходы
- б) принадлежность к определенному классу
- в) уровень образования

г) стиль поведения

20. Совокупность социальных перемещений людей в обществе — это:

- а) социальная динамика
- б) социальная эволюция
- в) социальная мобильность
- г) социальная деятельность

21. PR как наука и как технология получили развитие:

- а) с середины 19 века
- б) в конце 19 века
- в) с середины 20 века
- г) в начале 20 века

22. Для успеха PR-деятельности необходимо:

- а) только прямые связи с объектами
- б) только обратные связи с объектами
- в) отсутствие каких-либо связей
- г) прямые и обратные связи

23. Субъектами PR могут быть:

- а) отдельная личность
- б) организации по связям с общественностью
- в) группа людей, имеющих профессиональный опыт в области PR
- г) все выше перечисленные

24. Когда были сформулированы основные принципы PR-деятельности

- а) 90-е гг. 20 века
- б) 50-е гг. 20 века
- в) 20-е гг. 20 века
- г) 70-е гг. 20 века

25. Какая из перечисленных функций не относится к функциям PR-деятельности?

- а) исследовательская
- б) организационная
- в) распределительная
- г) планирование

26. Профессиональными носителями рекламного слова в Античности являлись:

- а агораномы
- б глашатаи
- в гладиаторы
- г торговцы.

27 Кто изобрел печатный станок:

- д. Крамер;
- е. Шпренгер;
- ж. Гуттенберг;
- з. Кирилл и Мефодий.

28. Каким тиражом выходили первые американские газеты:

- а. 150 экз.
- б. 1000 экз.
- в. 1500 экз.
- г. 10000 экз.

29. Как в Древней Руси назывались «профессиональные пиарщики»:

- д. Посадники;
- е. Тиуны;
- ж. Городские бирючи;
- з. Князья.

30. С какой газеты открывается история русской журналистики:

- д. «Куранты»;
- е. «Ведомости»;
- ж. «Трудолюбива пчела»;
- з. «Искра».

31. История развития плаката в России начинается

- а. в начале 19 века
- б. в середине 19 века
- в. в последней четверти 19 века
- г. в начале 20 века

32. PR как наука и как технология получили развитие:

- а. с середины 19 века
- б. в конце 19 века
- в. с середины 20 века
- г. в начале 20 века

33. В основе PR-деятельности лежат:

- а) нормы морали
- б) нормы права
- в) национальные традиции
- г) религиозные нормы

34. Понятие общественного мнения было впервые разработано:

- а) в России
- б) в Германии
- в) во Франции
- г) в США

35. Главной функцией какого органа, действовавшего в Советском Союзе, была цензура информации:

- д. Комитет государственной безопасности;
- е. Тайная канцелярия;
- ж. Третье отделение;
- з. Комитет по связям с общественностью.

36. В каком году PR в России выделились в самостоятельную сферу деятельности:

- а. 1989;

- b.1991;
- c.1993;
- d.2000.

37. Когда были сформулированы основные принципы PR-деятельности

- а. 90-е гг. 20 века
- б. 50-е гг. 20 века
- в. 20-е гг. 20 века
- г. 70-е гг. 20 века

38. Субъектами PR могут быть:

- а. отдельная личность
- б. организации по связям с общественностью
- в. группа людей, имеющие профессиональный опыт в области PR
- г. все выше перечисленные

39. Выберите неправильное утверждение:

- а. PR-службы должны действовать по принципу полного умалчивания проблем и кризиса
- PR-службы должны обязательно доводить информацию до целевой аудитории
- в. PR-службы должны осуществлять контроль за тем, чтобы информация о кризисе была доведена до общественности без искажения
- г. PR-службы должны преподносить информацию в том виде, в каком это выгодно руководству и самой организации

40. Какие требования являются общими как для начальника PR-отдела, так и для имиджмейкера?

- а. образование высшее
- б. опыт работы от 2-х лет
- в. возраст: от 25 лет
- г. наличие внешних связей

41. В настоящее время предприятия проводят выставки, презентации, подготовку фильмов, в которых описывается их деятельность непосредственного производства, а этим занимаются:

- а. PR агентства и службы;
- б. отдел предприятия по планированию кадров;
- в. общественные организации;
- г. отдел по связям с общественностью
- д. все выше перечисленное.

42. Выберите определение, соответствующее понятию «манипулирование» - это:

- а. распространение действительных или заведомо правдивых сведений для достижения пропагандистских, политических, военных и других целей;
- б. простой способ, предлагающий прямой обман тех, кого информируют;
- в. система информационно – технических действий, принципом которой является обеспечение реализации политических целей на основе более или менее уважительного отношения к гражданам, как к потребителям информации, где главным принципом выступает открытость информации;
- г. тип скрытого и неявного информирования, программирование намерений получателя информации, которые построены на игнорировании роли получателя информации и по

отношению к нему, как к средству достижения собственных целей.

43. Выберите определение, которое наиболее полно подходит к понятию «PR технологии» - это:

- а. распространение искаженных или заведомо ложных сведений для достижения пропагандистских, политических, военных и других целей;
- б. важнейший структурный компонент в политической сфере, при помощи которого властные структуры поддерживают связи с населением и пытаются оказать на него целенаправленное воздействие;
- в. система информационно – технических действий, принципом которой является обеспечение реализации политических целей на основе более или менее уважительного отношения к гражданам, как к потребителям информации;
- г. вид технологии манипулирования неразрывно связан с провоцированием политических скандалов, психологическим давлением на обывателя, чтобы нанести непоправимый ущерб конкуренту в глазах обывателя.

44. Вычеркните лишнее, не относящееся к принципам «белого» PR:

- а. Открытость информации;
- б. Взаимная выгода тех, кто информирует и тех, кто получает информацию;
- в. Поддержка доверия общественности к организации;
- г. Уважительное отношение к общественности и опора на общественное мнение

45. Что представляет собой составление социально-психологической и политической матрицы избирателей данного округа, населенного пункта, района, региона или страны в целом:

- а. выяснение оценки гражданами прошедших выборов, степень их объективности, их ожидания от избранного лица и его действий и пр.;
- б. разработка предвыборной программы кандидата;
- в. детальное, поэтапное обследование результатов пропагандистского воздействия на избирателей, результатов компаний конкурентов и результатов противодействия конкурентам;
- г. целый ряд исследований, направленных на изучение экономического, социального, культурного и пр. положения в данной территории, изучается статистика, рассматриваются итоги прошедших выборов, степень влияния политических партий, разбивка избирателей на группы по имущественному, национальному, половозрастному, политическому, социальному признакам и пр.

46. Могут ли использоваться в PR технологиях способы, характерные для агитации и пропаганды:

- а. нет;
- б. да;
- в. затрудняюсь ответить

47. Вычеркните лишнее, не относящееся к принципам «белого» PR:

- а. Открытость информации;
- б. Взаимная выгода тех, кто информирует и тех, кто получает информацию;
- в. Поддержка доверия общественности к организации;
- г. Уважительное отношение к общественности и опора на общественное мнение

7.3.3. Вопросы к зачету

1. Структура корпоративной культуры
2. Взаимосвязь корпоративной культуры с другими факторами

3. Цели и задачи организационной культуры
4. Функции организационной культуры
5. Типология организационной культуры по национальным особенностям поведения персонала
6. Корпоративная миссия и "дерзкая цель" организации
7. Основные принципы организации и ее подразделения
8. Коллективизм и индивидуализм
9. Индивидуальная профессиональная миссия
10. Внешние проявления корпоративной культуры. Видимые символы
11. Внешние проявления корпоративной культуры . Символ как архаичный ценностный образ. От символа к эмблеме
12. Внешние проявления корпоративной культуры. Цвет.
13. Внешние проявления корпоративной культуры. Фирменный стиль: концепция и основные понятия.
14. Внешние проявления корпоративной культуры . Элементы фирменного стиля.
15. Внешние проявления корпоративной культуры . Товарный знак, пиктограммы.
16. Внешние проявления корпоративной культуры .Интерьер.
17. Внешние проявления корпоративной культуры . Одежда.
18. Ритуалы, праздники, поведение сотрудников.
19. Герои и мифы. Язык общения
20. Валеология. Здоровый образ жизни
21. Основы организационной культуры
22. Понятие и структура репутации и имиджа
23. Управление репутацией
24. Поведенческий маркетинг
25. Каково соотношение общества и культуры?
26. В чем заключается адаптационная функция культуры?
27. Чем отличаются научное и художественное познание?
28. Почему культуру называют исторической памятью человечества?
29. Какие выделяются типы коммуникаций и соответствующие им типы культур
30. Раскройте основные положения концепции А. Н. Уайтхеда.
31. В чем заключается роль культуры в формировании социальной структуры?
32. Социология как наука. Предмет и функции социологии.
33. Методы сбора социологической информации.
34. Культура и ее функции. Базисные элементы культуры.
35. Многообразие культур.
36. Социальные качества личности, социальный статус и социальная роль.
37. Социализация личности.
38. Концепции социального действия и взаимодействия.9. Теории социального взаимодействия.
39. Функционирование и отличительные признаки общества.

40. Типология общества.
41. Социальные группы и их разновидности.
42. Социальные организации и управление.
43. Социальная стратификация.
44. Теории социальной стратификации.
45. Социальная мобильность.
46. Понятие и функции социального контроля.
47. Девиантное поведение и его виды.
48. Основные подходы к объяснению девиантного поведения.
49. Понятие и функции социальных институтов.
50. Основные виды социальных институтов.
51. В чем может быть полезен опыт античного PR для современности?
52. Каковы способы регулирования PR в античности?
53. Какие средства и приемы PR Средневековая Европа унаследовала от эпохи
54. Античности?
55. Почему именно Америка считается «родиной» PR?
56. Раскройте суть и причины особенностей политической коммуникации в Америке.
57. В чем заключалась коммуникативная роль народных собраний (Вече) на Руси?
58. Выделите основные тенденции развития рынка PR- услуг в 90-х годах XX века.
59. В какое время началось освоение кинематографа в России?
60. Что такое PR технологии?
61. Какой фактор является определяющим в развитии PR-технологии?
62. Чем отличается впервые разработанное понятие общественного мнения от его современного понимания? какими научными дисциплинами взаимодействует PR?
63. Что относится к малым изобразительным формам рекламы?
64. Какие функции выполняют PR-службы?
65. Перечислите наиболее распространённые специальности PR-службы.
66. Что понимается под избирательной компанией?
67. Что представляет собой имидж
68. Как Вы понимаете, что такое «черный», «белый» и «серый» PR?
69. Какие отделы входят в структуру команды кандидата и чем они занимаются?
70. Чем объясняется затруднение развития PR как науки?

7.3.4. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Понятие корпоративной культуры	(ПК-62) (ПК-68)	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Реферат (Р)

			Зачет (З)
2	Корпоративная культура в России	(ПК-62) (ПК-68)	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Реферат (Р) Зачет (З)
3	Виды и индикаторы культуры	(ПК-62) (ПК-68)	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Реферат (Р) Зачет (З)
4	Изменение и формирование корпоративной культуры	(ПК-62) (ПК-68)	Устный опрос (УО) Тестирование (Т) Реферат (Р) Зачет (З)

7.4. Порядок процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности на этапе промежуточного контроля знаний

В третьем и четвертом семестрах результаты промежуточного контроля знаний (зачет/экзамен) оцениваются

Зачет по двухбалльной шкале с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Экзамен по пятибалльной шкале с оценками:

- «отлично»
- «хорошо»
- «удовлетворительно»
- «неудовлетворительно»

Зачет может проводиться по итогам текущей успеваемости и (или) путем организации специального опроса, проводимого в устной и (или) письменной форме.

Во время проведения экзамена (зачета) обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины

Критерии оценки: Зачет проводится по билетам, включающим 2 вопроса.

Время на выполнение: 30 минут

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ(МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование издания	Вид издания (учебник, учебное пособие, методические указания, компьютерная программа)	Автор (авторы)	Год издания	Место хранения и количество
1	Организационное поведение	Учебник для вузов	Красовский, Юрий Дмитриевич	2007	Библиотека – 50 экз.
2	Диагностика и изменение	Учебник для вузов	Камерон К., Куин Р.	2001	Библиотека – 10 экз.

№ п/п	Наименование издания	Вид издания (учебник, учебное пособие, методические указания, компьютерная программа)	Автор (авторы)	Год издания	Место хранения и количество
	организационной культуры				
3	Управление изменениями в российских компаниях	Учебник для вузов	Широкова Г.В.	2008	Библиотека – 15 экз.
4	Социология пространства	Учебник для вузов	А. Ф. Филиппов	2008	Библиотека – 11 экз.
5	Соционика. Алгебра и геометрия человеческих взаимоотношений.	Учебник для вузов	Прокофьева Т. Н.	2007	Библиотека – 10 экз.
6	Связи с общественностью: Теория и технологии	Учебник для вузов	Кузнецов В.Ф.	2006	Библиотека – 10 экз.
7	Паблик рилейшнз	Учебник для вузов	Тикер Э.	2005	Библиотека – 10 экз.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ)

Методические указания по проведению практических работ (см. приложение №1 УП «Организационная культура»)

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1 Основная рекомендуемая литература

№ п/п	Наименование издания	Вид издания (учебник, учебное пособие, методические указания, компьютерная программа)	Автор (авторы)	Год издания	Место хранения и количество
1	Организационное поведение	Учебник для вузов	Красовский, Юрий Дмитриевич	2007	Библиотека – 50 экз.
2	Диагностика и изменение организационной культуры	Учебник для вузов	Камерон К., Куин Р.	2001	Библиотека – 10 экз.
3	Управление	Учебник для вузов	Широкова Г.В.	2008	Библиотека –

№ п/п	Наименование издания	Вид издания (учебник, учебное пособие, методические указания, компьютерная программа)	Автор (авторы)	Год издания	Место хранения и количество
	изменениями в российских компаниях	вузов			15 экз.
4	Социология пространства	Учебник для вузов	А. Ф. Филиппов	2008	Библиотека – 11 экз.
5	Соционика. Алгебра и геометрия человеческих взаимоотношений.	Учебник для вузов	Прокофьева Т. Н.	2007	Библиотека – 10 экз.
6	Связи с общественностью: Теория и технологии	Учебник для вузов	Кузнецов В.Ф.	2006	Библиотека – 10 экз.
7	Паблик рилейшнз	Учебник для вузов	Тикер Э.	2005	Библиотека – 10 экз.

10.2 Дополнительная литература:

№ п/п	Наименование издания	Вид издания (учебник, учебное пособие, методические указания, компьютерная программа)	Автор (авторы)	Год издания	Место хранения и количество
1	Организационная культура компании	Учеб. пособие	Соломаниди на Т.О	2007	Библиотека – 15 экз.
2	Организационная культура и лидерство	Учеб. пособие	Шейн Э.	2002	Библиотека – 7 экз.
3	Социология управления: от группы к команде	Учеб. пособие	Т.П. Галкина	2004	Библиотека – 20 экз.
4	Психология и социология управления	Учеб. пособие	Н.А. Куртиков	2005	Библиотека – 32 экз.
5	Организационное поведение	практикум	Латфуллина О.Н., О.Н. Громовой	2006	Библиотека – 20 экз.
6	Психология и социология управления	Учеб. пособие	Н.А. Куртиков	2005	Библиотека – 40 экз.

10.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

№ п/п	Наименование Интернет-ресурса	Адрес для работы
1	http://www.iprbookshop.ru	Научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу
2	http://scientbook.com	Свободная информационная площадка научного общения. Инструмент коммуникации, поиска людей и научных знаний.
3	http://e.lanbook.com	Ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, так и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.
4	http://www.public.ru	Интернет-библиотека предлагает широкий спектр информационных услуг: от доступа к электронным архивам публикаций русскоязычных СМИ и готовых тематических обзоров прессы до индивидуального мониторинга и эксклюзивных
5	http://window.edu.ru/library	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ВКЛЮЧАЕТ

Лекционная аудитория (оборудованная видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном).

Аудитория для проведения семинарских и практических занятий (оборудованная учебной мебелью).

Библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет).

Компьютерный класс.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, подготовка и изложение рефератов, решение тестов.
Подготовка к экзамену (зачету)	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (образовательные технологии)

При реализации различных видов учебной работы могут быть использованы следующие образовательные технологии:

Лекции: проблемная лекция, диалоговая лекция, интерактивная лекция, лекция с вопрошающими паузами, контекстная лекция.

Семинарские занятия: кейс-технология, деловая игра, ролевая игра, дискуссия, дебаты, мозговой штурм, проблемно-концептуальный доклад, аргументированное эссе.

Самостоятельная работа: логический анализ текстов, критический анализ текстов, формализация текстов, постановка и решение проблем, решение логических задач.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки «Управление персоналом».

Руководитель основной образовательной программы

доцент, к.т.н., доцент
(занимаемая должность, ученая степень и звание)


(подпись) Калинина Н.Ю.
(инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена учебно-методической комиссией Института экономики, менеджмента и информационных технологий

« 01 » 09 2015 г., протокол № 1 .

Председатель д.т.н., профессор
учёная степень и звание,


подпись

Курочка П.Н.
инициалы, фамилия

Эксперт

*Вице-президент
«Владпромбанк»
Андреева И.И.*



