

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.44

Внутренние коммуникации и основы корпоративной культуры

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ОО №1-1-25.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) PR в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
8	УП	18	18	71,75	0,25	3	Зачет
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	
Итого	УП	18	18	71,75	0,25	3	
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

Корочкова Светлана
Александровна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в сфере анализа, проектирования и внедрения корпоративной культуры компании, оценки и организации внутрикорпоративных коммуникаций

1.2 Задачи дисциплины:

Познакомить обучающихся с функциями и основными элементами корпоративной культуры, типологией корпоративных культур,

Рассмотреть приемы внедрения ценностей, миссии, корпоративного кодекса и развития корпоративной культуры;

Познакомить с приемами организации исследований уровня вовлеченности сотрудников;

Сформировать навыки разработки и реализации проектов, направленных на развитие корпоративной культуры компании;

Рассмотреть приемы анализа внутриорганизационных коммуникаций,

Сформировать навыки планирования организационных коммуникаций.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Теория и практика связей с общественностью

Организационное поведение

Основы менеджмента

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знать: принципы построения внутренних коммуникаций организации и современные теории корпоративной культуры

Уметь: анализировать содержание и структуру внутренних коммуникаций организации и принципы построения ее корпоративной культуры, разрабатывать предложения по формированию, поддержанию и улучшению внутренних коммуникаций и корпоративной культуры.

Владеть: методами анализа корпоративной культуры и современными технологиями организации внутренних коммуникаций

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Основы корпоративной культуры						
<p>Тема 1. Структура, функции, уровни и виды корпоративной культуры. Особенности корпоративной культуры в зависимости от сферы и рода деятельности организации, формы собственности, занимаемого положения на рынке или в обществе. Традиционные классификации организационной культуры Дилла и Кеннеди, Блейка и Мутона, Оучи; Г. Трайса и Дж. Бейера, Тромненаарса. Современные классификации организационных культур Бурке и Ханди. Модели корпоративной культуры: Модель Э. Шейна, модель Ф. Харриса и Р. Морана. Понятие «высокой» и «низкой» культуры. Признаки «здоровой и нездоровой» корпоративной культуры. Элементы корпоративной культуры. Система ценностей организации и корпоративная этика. Индикаторы культуры. Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры. Философия компании. Игровая структура корпоративной культуры (язык, лозунги, легенды, игры и маневры, ритуалы: типы ритуалов). Ролевые модели. Символический менеджмент. Имиджевая структура корпоративной культуры (Фирменный стиль, Логотип, Флаг, Корпоративные цвета, Фирменная одежда). Виды субкультур. Субкультуры в организации: вертикальные, горизонтальные, локальные. Чистые типы субкультур (доминирующая, со-культура). Контркультура.</p> <p>Практическое 1. Классификации корпоративных культур.</p> <p>Практическое 2. Структура корпоративной культуры.</p>	8	6	4	18	ИЛ	Пр
<p>Тема 2. Этапы формирования корпоративной культуры. Развитие корпоративной культуры. Разработка комплекса мероприятий, направленных на укрепление корпоративной культуры. Инструменты оценки корпоративной культуры.</p> <p>Практическое 3. Развитие корпоративной культуры.</p> <p>Практическое 4. Разработка комплекса мероприятий, направленных на укрепление корпоративной культуры.</p>		4	6	18	ИЛ	

Раздел 2. Внутренние коммуникации как часть корпоративной культуры						Пр
Тема 3. Функции внутрифирменных коммуникаций. Влияние внутренних коммуникаций на результаты и доходность бизнеса. Целевая аудитория внутренних каналов коммуникации. Инструменты внутренних коммуникаций. Неформальные коммуникации. Управление слухами. Правила корпоративного общения в информационных каналах. Универсальная модель внутренних коммуникаций. Стандартизация внутренних коммуникаций. Регламенты, процедуры, положения, корпоративный кодекс. Практическое 5. Инструменты внутренних коммуникаций.		4	4	18	ИЛ	
Тема 4. Формирование и развитие внутрифирменных коммуникаций. Разработка стратегии использования и развития внутренних коммуникаций, составление коммуникативных сообщений и сбор обратной связи. Анализ эффективности текущей модели внутренних коммуникаций участников. Методы повышения эффективности внутренних коммуникаций. Практическое 6. Формирование и развитие внутрифирменных коммуникаций.		4	4	17,75	ИЛ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		18	18	71,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		36,25		71,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-4	Характеризует структуру, функции, уровни и виды корпоративной культуры. Анализирует эффективность текущей модели корпоративной культуры и применять Разрабатывает комплекс мероприятий, направленных на формирование и укрепление корпоративной культуры предприятия.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, показывает владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой. Студент демонстрирует полное знание	

	<p>учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, владеет пониманием основной литературы, рекомендованной кафедрой, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</p> <p>Студент показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.</p>	
Не зачтено	<p>Студент демонстрирует пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Ответ носит несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 8	
1	Функции корпоративной культуры.
2	Классификации организационной культуры.
3	Модели корпоративной культуры.
4	Признаки «здоровой и нездоровой» корпоративной культуры. Субкультуры в организации: вертикальные, горизонтальные, локальные. Контркультура.
5	Элементы корпоративной культуры.
6	Система ценностей организации и корпоративная этика. Ценностно-нормативная структура корпоративной культуры. Философия компании.
7	Индикаторы культуры. Имиджевая структура корпоративной культуры (Фирменный стиль, Логотип, Флаг, Корпоративные цвета, Фирменная одежда).
8	Игровая структура корпоративной культуры (язык, лозунги, легенды, игры и маневры, ритуалы: типы ритуалов). Рольевые модели. Символический менеджмент.
9	Этапы формирования корпоративной культуры.
10	Разработка комплекса мероприятий, направленных на укрепление корпоративной культуры.
11	Инструменты оценки корпоративной культуры.
12	Функции внутрифирменных коммуникаций. Влияние внутренних коммуникаций на результаты и доходность бизнеса.
13	Целевая аудитория внутренних каналов коммуникации.

14	Инструменты внутренних коммуникаций.
15	Универсальная модель внутренних коммуникаций. Стандартизация внутренних коммуникаций. Регламенты, процедуры, положения, корпоративный кодекс.
16	Разработка стратегии использования и развития внутренних коммуникаций.
17	Сбор обратной связи в рамках внутренних коммуникаций.
18	Анализ эффективности текущей модели внутренних коммуникаций участников.
19	Неформальные коммуникации. Управление слухами.
20	Правила корпоративного общения в информационных каналах.
21	Методы повышения эффективности внутренних коммуникаций.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Проведите анализ корпоративного кодекса, выбранной вами организации по следующим параметрам: цели и функции корпоративного кодекса, полнота описания корпоративной культуры предприятия, понятность изложения и прозрачность применения кодекса в повседневной жизни предприятия, адаптация кодекса к специфика предприятия, инструменты внедрения кодекса, мотивация к его исполнению, система наказаний за не выполнения положений кодекса.

2. Анализ визуальных и вербальных атрибутов фирменного стиля компании.

3. Опишите корпоративную культуру выбранной организации по модели Ф. Харриса и Р. Морана.

4. Опишите ценностно-нормативную структуру придуманной вами организации и сформулируйте на ее основе философию своей организации.

5. Проведите анализ структуры внутренних коммуникаций выбранной вами организации.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет в устной форме.

Время на подготовку к ответу - 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Макаров, А. Н.	Методология научных исследований в университетах и промышленных компаниях	Москва, Вологда: Инфра-Инженерия	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/133003.html
Кузнецова Н.А.	Корпоративные коммуникации	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202539
Леонова Л. А.	Внутренние коммуникации и основы корпоративной культуры	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249509
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Горайнова, Н. М.	Корпоративная культура	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81480.html

Каракчиева, В. Л.	Шаг к успеху в бизнесе. Корпоративная культура. Stepping-stone to Success in Business. Corporate Culture	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2019	https://www.iprbookshop.ru/99244.html
Демин, Д.	Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82907.html
Лайкер, Джеффри, Хосеус, Майкл, Самсонова, М.	Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82908.html
Леонова Л. А.	Внутренние коммуникации и основы корпоративной культуры	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20259562

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Интернет-портал о рекламе, маркетинге и PR. [Электронный ресурс]. URL: www.sostav.ru
PR в России. Профессиональный журнал о сценариях и технологиях современных public relations.

[Электронный ресурс]. URL: www.prjournal.ru

Журнал "Пресс-служба". Всероссийский специализированный журнал. [Электронный ресурс]. URL: www.press-service.ru

"Советник". Ежемесячный профессиональный журнал и интернет-портал о связях с общественностью и рынке PR. [Электронный ресурс]. URL: www.sovetnik.ru

Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте» содержит новости, материалы и обзоры по широкой проблематике связей с общественностью. [Электронный ресурс]. URL: <http://pr-info.ru>

Информационный портал «Пиар-лайф» посвящен всем сторонам деятельности по связям с общественностью. [Электронный ресурс]. URL: <http://pr-life.ru>

Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистике. В открытом доступе находятся все номера газеты. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pr-news.spb.ru>

Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска