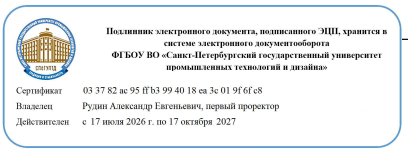
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



__А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.44 Внутренние коммуникации и основы корпоративной культуры

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ОЗО №1-2-25.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: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
10	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	

Санкт-Петербург
2026

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 обучающихся 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 внутриорганиазционных 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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Основы корпоративной культуры	10				Пр
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. Практическое 1. Классификации корпоративных культур. Практическое 2. Структура корпоративной культуры.		6	4	18	
Тема 2. Этапы формирования корпоративной культуры. Развитие корпоративной культуры. Разработка комплекса мероприятий, направленных на укрепление корпоративной культуры. Инструменты оценки корпоративной культуры. Практическое 3. Развитие корпоративной культуры. Практическое 4. Разработка комплекса мероприятий, направленных на укрепление корпоративной культуры.		4	6	18	
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	

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	
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 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
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.

6.2 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 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. 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.	
Не зачтено	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 приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 10	
1	Функции и уровни 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). Ролевые 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. Неформальные коммуникации. Управление слухами. Правила корпоративного общения в информационных каналах.
15	Универсальная модель внутренних коммуникаций. Стандартизация внутренних коммуникаций. Регламенты, процедуры, положения, корпоративный кодекс.
16	Формирование и развитие внутрифирменных коммуникаций.
17	Разработка стратегии использования и развития внутренних коммуникаций.
18	Составление коммуникативных сообщений и сбор обратной связи в рамках внутренних коммуникаций.
19	Анализ эффективности текущей модели внутренних коммуникаций участников.
20	Неформальные коммуникации. Управление слухами.
21	Правила корпоративного общения в информационных каналах.
22	Методы повышения эффективности внутренних коммуникаций.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены.

6.3.3 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.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет в устной форме.
Время на подготовку к ответу - 30 минут.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Макаров, А. Н.	Методология научных исследований в университетах и промышленных компаниях	Москва, Вологда: Инфра-Инженерия	2023	https://www.iprbookshop.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
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Горяйнова, 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

7.2 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 журналистики. 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

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

7.4 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