

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(РГГУ)**

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ И ПРАВА

Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Направление 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность Гостиничное дело

Уровень квалификации выпускника (бакалавр)

Форма обучения (очная)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Название дисциплины (модуля) **Корпоративная культура и внутренний маркетинг
гостиничного предприятия**

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

Старший преподаватель

М.В.Камшечко

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

общественных связей, туризма и гостеприимства

№1 от 31.08.2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (*модулю*)

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель курса состоит в изучении студентами современных представлений о корпоративной культуре, методах ее диагностики и коррекции, использования корпоративной культуры для укрепления имиджа организации, повышения ее цельности и ознакомление студентов с основными категориями, понятиями и принципами организации обеспечения качества услуг гостеприимства средствами внутреннего маркетинга.

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели. Для данной дисциплины планируются следующие образовательные **задачи**:

- изучение современных концепций, типологий корпоративной культуры;
- формирование системного представления о корпоративной культуре;
- знакомство с методами ее диагностики и коррекции;
- обобщение теоретического и анализ практического опыта;
- прояснение значения корпоративной культуры для связей с общественностью;
- тренинг навыков исследования и формирования корпоративной культуры.
- изучение основных инструментов управления контактным персоналом гостиничного предприятия в системе внутреннего маркетинга;
 - описать взаимосвязь качества услуги уровня развития системы внутреннего маркетинга на предприятиях индустрии гостеприимства;
 - ознакомление с основными способами оценки удовлетворенности персонала методам и результатами внутреннего маркетинга на предприятии;
 - освоение навыков разработки комплекса маркетинга в средствах размещения и др

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю):

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-11	готовностью к применению инновационных технологий в гостиничной деятельности и новых форм обслуживания потребителей	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции и направления применения внутреннего маркетинга в сфере услуг, - современные методы ее диагностики корпоративной культуры; - специфику внутреннего маркетинга услуг индустрии гостеприимства <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать корпоративную культуру с помощью изученных технологий; - использовать приемы изменения корпоративной культуры для оптимизации связей организации с

		<p>общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> - транслировать ценности внутри организации; использовать корпоративную культуру для укрепления имиджа организации; - формировать команду для решения поставленных целей. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования эффективной системы внутреннего маркетинга на предприятии; - навыками разработки методов и приемов внутренней коммуникации с целью продвижения ценностей предприятия для повышения качества обслуживания клиентов.
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) Б1.В.ДВ.04.01 «Корпоративная культура и внутренний маркетинг гостиничного предприятия» относится к вариативной части блока Б1 учебного плана направления подготовки 43.03.023 Гостиничное дело (направленность «Гостиничное дело»).

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: Маркетинг гостиничного предприятия, Речевые коммуникации, Психология делового общения, Профессиональная этика в гостеприимстве, Сервисная деятельность, Человек и его потребности.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: Инновации в гостиничном бизнесе, е, Управление человеческими ресурсами, Кросс-культурный менеджмент.

2. Структура дисциплины (модуля)

Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 66 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная					Самостоятель-ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточ-ная аттестация		
1	Понятие корпоративной культуры. Типы корпоративной культуры	8	1	2				4	Устный опрос
2	История развития концепции корпоративной культуры организации	8	1	2				4	Устный опрос
3	Формирование корпоративной культуры	8	1	2				6	Устный опрос
4	Система ценностей в организации. Ценности как элемент организационной культуры.	8	1	2				6	Устный опрос
5	Значение групп в организационной культуре Формальные и неформальные группы	8	1	2				4	Устный опрос
6	Культура труда Культура управления	8	1	2				6	Устный опрос
7	Формирование и поддержание корпоративной культуры	8	1	2				6	Устный опрос
8	Корпоративные стандарты Методы технологии диагностики	8	1	4				6	Устный опрос

	корпоративной культуры								
9	Комплекс внутреннего маркетинга гостиничного предприятия	8	1	2				6	Устный опрос
10	Сущность и роль внутреннего маркетинга в системе управления качества услуг гостеприимства	8	1	2				6	Устный опрос
11	Внутренний маркетинг и конкурентоспособность гостиничного предприятия	8	1	2				6	Устный опрос
12	Модель внутреннего маркетинга на предприятиях индустрии гостеприимства	8	1	4				6	Устный опрос
	<i>зачёт с оценкой</i>	8	2						<i>итоговая контрольная работа/защита проекта/доклад-презентация</i>
	ИТОГО:		14	28				66	

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
	Тема1 Понятие корпоративной культуры. Типы корпоративной культуры	Определение культуры. Понятие корпоративная культура. Становление корпоративной культуры как научной дисциплины. Отличия организационной и корпоративной культуры. Крупнейшие ученые в области корпоративной культуры. Корпоративная культура в контексте национальной культуры. Содержание корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры. Значение корпоративной культуры для специалиста по связям с общественностью. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Уровни организационной культуры (Э. Шейн). Основные термины: корпоративная культура, культура, культура организации, ценность.
	Тема 2. История развития концепции корпоративной культуры организации	Начало история организации и личные истории ее основателей, лидеров. Формирование мифов. Критерии , по которым оценивает себя организация. Сравнительный анализ различных культур. Описание трех типов культур (для науки, производства, министерства) по критериям, культурным технологическим привычкам, признакам статуса.. Влияние различных факторов на создание мифов. Классификация мифов
	Тема 3. Формирование корпоративной культуры	Понятие и содержание процесса формирования корпоративной культуры. Подходы к формированию корпоративной культуры. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Культура организации на этапах ее жизненного цикла. Динамика культурных изменений. Механизмы изменения культуры. Управление и условия успешного проведения изменений. Проблемы адаптации. Механизмы распространения организационной культуры. Развитие субкультур. Дефекты культуры организации. Роль основателей. Роль специалиста по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.
	Тема 4. Система ценностей в организации. Ценности как элемент организационной культуры.	Ценности как регулятор поведения человека. Ценности как часть личности. Индивидуальные и групповые ценности. Ценности организации: либеральные и консервативные. Символическая среда. Культура и субкультура. .
	Тема 5. Значение групп в	В организации существует три основных типа

	<p>организационной культуре Формальные и неформальные группы</p>	<p>формальных групп: группы руководителей; производственные группы; комитеты. Признаки формального управления. Признаки неформального управления. Функции формального управления. Функции неформального управления. Виды структур организации осуществляющих формальное управление: административная, оперативная. Виды структур, осуществляющих неформальное управление: структуры по интересам, группы на основе службы. Ступени возникновения и развития процесса неформального управления. Причины побуждающие вступать в неформальные отношения и использовать этот метод управления. Три источника возникновения неформального управления. Различия между формальным и неформальным управлением.</p>
	<p>Тема 6. Культура труда Культура управления</p>	<p>Качество трудовой жизни. Факторы отношения к труду. Характер, содержание, условия труда. НОТ. Безопасность труда и ее обеспечение. Режим труда и отдыха. Социально-экономические, организационно-технические, природные, психоорганизационные, санитарно-гигиенические, эстетические условия труда. Стили руководства. Соотношение понятий лидерства и руководства. Роль руководителя в построении организационной культуры. Управление производственной адаптацией работников. Планирование карьеры. Особенности личности руководителя. Проявление культуры руководителя в моделях его поведения. Лидерство и трансляция ценностей в организации. Отношения руководитель-подчиненный. Культура проведения совещаний.</p>
	<p>Тема 7. Формирование и поддержание корпоративной культуры</p>	<p>Понятие и содержание процесса формирования корпоративной культуры. Подходы к формированию корпоративной культуры. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Культура организации на этапах ее жизненного цикла. Динамика культурных изменений. Механизмы изменения культуры. Управление и условия успешного проведения изменений. Проблемы адаптации. Механизмы распространения организационной культуры. Развитие субкультур. Дефекты культуры организации. Роль основателей. Роль специалиста по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.</p>

	<p>Тема 8. Корпоративные стандарты Методы технологии диагностики корпоративной культуры</p>	<p>Корпоративные стандарты как корпоративной культуры. Среднестатистический перечень корпоративных стандартов: отношения с коллегами; отношения с клиентами; рабочее место; отношения с внешней средой (защита интересов компании, сохранение коммерческой тайны, способы представления компании).</p> <p>Изучение корпоративной культуры начинается с внешних факторов, технологий, архитектуры, образцов поведения. Затем затрагиваются глубинные ценности. Далее исследуются базовые составляющие отношение к персоналу, отношение к работе.</p>
	<p>Тема 9. Комплекс внутреннего маркетинга гостиничного предприятия</p>	<p>Понятие Комплекса внутреннего маркетинга. Продукт – работа, цена внутреннего продукта гостиничного маркетинга. Место (способ доведения внутреннего продукта). Продвижение внутреннего продукта. Участники -работники и клиенты. Физическое окружение.</p>
	<p>Тема 10. Сущность и роль внутреннего маркетинга в системе управления качества услуг гостеприимства</p>	<p>Внутренний маркетинг в системе управления качеством услуг гостеприимства.</p> <p>Концепция внутреннего маркетинга. Функции и виды внутреннего маркетинга в сфере услуг. Внутренний маркетинг как инструмент управления контактным персоналом и как инструмент управления качеством услуг. Развитие концепции внутреннего маркетинга в индустрии гостеприимства. Характеристика особенностей продукта предприятия сферы услуг гостеприимства. Клиентоориентированный подход в управлении предприятием сферы услуг гостеприимства и его влияние на формирование лояльности клиентов. Теоретические основы и принципы построения внутреннего маркетинга на предприятии сферы услуг гостеприимства. Взаимосвязь внутреннего маркетинга и качества услуг предприятий индустрии гостеприимства</p>
	<p>Тема 11. Внутренний маркетинг и конкурентоспособность гостиничного предприятия</p>	<p>Контактный персонал, как маркетинговый актив гостиничного предприятия</p> <p>Влияние внутреннего маркетинга на укрепление конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства.</p> <p>Контактный персонал, как маркетинговый актив предприятия сферы</p>

		услуг гостеприимства, и его влияние на формирование устойчивого конкурентного преимущества предприятия. Понятие метода «важность-исполнение» в контексте внутреннего маркетинга. Использование метода «важность - исполнение» для анализа состояния внутреннего маркетинга на предприятиях сферы услуг гостеприимства
	Тема 12. Модель внутреннего маркетинга на предприятиях индустрии гостеприимства	Модель внутреннего маркетинга на предприятиях индустрии гостеприимства Разработка модели внутреннего маркетинга на предприятии сферы услуг гостеприимства. Учёт особенностей предприятия сферы услуг гостеприимства при разработке комплекса маркетинга. Разработка модели внутреннего маркетинга для предприятия сферы услуг гостеприимства, ориентированной на повышение качества обслуживания клиентов

4. Образовательные технологии

<i>№ п/ п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Информационные и образовательные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>5</i>
1.	Тема1 Понятие корпоративной культуры. Типы корпоративной культуры	Лекция 1 Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Тема 2. История развития концепции корпоративной культуры организации	Лекция 2 Семинар 3,4 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации. Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов.

			Развернутая беседа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3.	Тема 3. Формирование корпоративной культуры	Лекция 3 Семинар 5,6 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4.	Тема 4. Система ценностей в организации. Ценности как элемент организационной культуры.	Лекция 4 Семинар 7,8 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Тема 5. Значение групп в организационной культуре	Лекция 5 Семинар 9,10 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Тема 6. Культура труда	Лекция 6	Лекция с

		Семинар 11,12 Самостоятельная работа	использованием презентации Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Развернутая беседа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Культура управления	Лекция 7 Семинар 13,14 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
8	Тема 8. Корпоративные стандарты Методы технологии диагностики корпоративной культуры	Лекция 8 Семинар 815,16,17,18 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Развернутая беседа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
9	Тема 9. Комплекс внутреннего маркетинга гостиничного предприятия	Лекция 9 Семинар 19,20 Самостоятельная	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование,

		работа	разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
10	Тема 10. Сущность и роль внутреннего маркетинга в системе управления качества услуг гостеприимства	Лекция 10 Семинар 21,22 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
11	Тема 11. Внутренний маркетинг и конкурентоспособность гостиничного предприятия	Лекция 11 Семинар 23,24 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
12	Тема 12. Модель внутреннего маркетинга на предприятиях индустрии гостеприимства	Лекция 12 Семинар 25,26,27,28 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Деловые и ролевые игры, разбор кейсов, тестирование, разработка и презентация мини-проектов Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- контрольная работа	25 баллов	25 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	40 баллов	40 баллов
Итого за семестр зачет с оценкой		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX

5.2. Критерии выставления оценок

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Понятие «корпоративная культура», ее функции.
2. Отличия организационной и корпоративной культуры.
3. Структура корпоративной культуры.
4. Классификация корпоративных культур.
9. Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры.
10. Этапы изменения корпоративной культуры.
12. Роль специалиста по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.
13. Понятие коллектива.
14. Социально-психологический климат в группе.
15. Формирование команды.
16. Совместимость и срабатываемость.
17. Доминирующая культура и субкультуры.
18. Работоспособность и утомляемость.
19. Условия труда.
20. Особенности личности руководителя.
21. Соотношение понятий лидерства и руководства.
22. культура проведения совещаний.
23. роль руководителя в формировании корпоративной культуры.
24. Организация и проведение корпоративных мероприятий.
25. Понятие и виды мотивации.

26. Теории мотивации А. Маслоу и К. Альдерфера.
27. Теория мотивации Мак Грегора.
28. Теория мотивации Герцберга.
29. Теория потребности в достижениях Мак Клееланда.
30. Теория ожиданий.
31. Теория справедливости Адамса.
32. Модель подкрепления.
33. Методы диагностики корпоративной культуры.
34. Построение профиля корпоративной культуры.
35. Актуальность концепции организационной культуры в современном менеджменте
36. Причины появления интереса к организационной культуре
37. Влияние культуры на поведение людей
38. Как начинается история организации
39. По каким критериям оценивает себя организация
40. Особенности развития организационной культуры в России
41. Описать по критериям, культурным технологическим привычкам, признакам статуса культуры организации для работников науки, производства и министерства
42. История развития концепции культуры организации
43. Понятие организационной культуры
44. Основные компоненты и подсистемы организационной культуры
45. Ценности организационной культуры и отношение к труду
46. Предпринимательская и административная культуры. Типологии культур
47. Клановая, творческая, конкурентная, иерархическая культура
48. Перечислить виды организационной культуры
49. Формирование организационной культуры. Поддержание организационной культуры

50. Системный подход. Модели организационной культуры
51. Особенности формирования организационных культур
52. Культура и стратегия организации
53. Управление организационной культурой. Диагностика организационной культуры
54. Социально-психологический смысл организационной культуры
55. Системный подход к анализу национальных особенностей организационных культур
56. Особенности формирования организационных культур отечественных предприятий
57. Взаимосвязь культуры и стратегии организации
58. Перечислить этапы диагностики. Назвать инструменты диагностики. Что к ним относиться.
59. В чем суть анкетирования персонала организации
60. Перечислить основные задачи стратегии
61. Слабая организационная культура (нестабильная) Сильная организационная культура (стабильная)
62. Профессиональная этика (функционально-дифференцированная, ролевая).
63. Формирование этики бизнеса как области знания.
64. Область взаимодействия работника компании и клиента. Теоретические основы внутреннего маркетинга.
65. Внутренний рынок. Область функциональных контактов.

Примеры типовых тестовых заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Реализуя классическую концепцию маркетинга, организация:

- а) увеличивает производство продукции;
- б) обеспечивает более высокий уровень качества продукции;
- в) расширяет ассортимент предлагаемых товаров;
- г) предлагает и продает то, что наиболее полно удовлетворяет нужды и потребности потребителей.

Одним из основных недостатков классической концепции маркетинга является то, что ее реализация не предполагает:

- а) изучение требований покупателей к качеству продукции;
- б) установление и развитие долгосрочных взаимоотношений с ценными клиентами;

- в) определение ценности клиентов;
- г) исследование поведения клиентов.

Многие маркетингологи считают целесообразным рассматривать транзакционный маркетинг, в основу определения которого положена трактовка:

- а) целевого маркетинга;
- б) массового маркетинга;
- в) дифференцированного маркетинга;
- г) концентрированного маркетинга.

Одной из основных задач реализации маркетинга взаимоотношений является:

- а) снижение затрат на производство продукции;
- б) обеспечение более высокого уровня обслуживания покупателей и

29. Внутренний климат и корпоративная культура организации.

30. Удержание персонала и его лояльность. Наделение полномочиями.

31. Внедрение внутреннего маркетинга.

32. Партнерство с поставщиком. Исследования взаимоотношений в B2B.

Взаимоотношения в бизнесе.

33. Партнерство. Вертикальные и горизонтальные партнерства. Культурные расхождения.

34. Выгоды и цена партнерских взаимоотношений. Власть. Недостатки партнерства в B2B.

35. Горизонтальное партнерство.

36. Исследование взаимоотношений.

37. Налаживание связей и сотрудничество.

Примерная тематика докладов, рефератов, эссе

1. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.

2. Роль дизайна в формировании корпоративной культуры.

3. Фирменный стиль.

4. Особенности русской организационной культуры.

5. История российской деловой культуры.

6. Японская национальная этика делового общения.

7. Американская деловая культура.

8. Европейская деловая культура.

9. Мифодизайн в культуре организации.

10. Связи с общественностью в сфере корпоративной культуры.

11. Корпорация глазами сотрудников.
12. Восприятие корпорации деловыми партнерами.
13. Проблема отношения к деньгам.
14. Инновационная культура организации.
15. «Служебный роман» и его роль в жизнедеятельности организации.
16. Семейные связи в организации.
17. Корпоративная безопасность: как избежать проблем при увольнении сотрудников.
18. Корпоративная пресса.
19. Нематериальные формы мотивации.
20. Отношение к болезни сотрудников.
21. Культура организации на этапах ее жизненного цикла.
22. Организационный конфликт.
23. Разрешение коллективного трудового спора.
24. Консалтинг как способ формирования корпоративной культуры.
25. Коучинг как инструмент корпоративной культуры.

Задания для аудиторной контрольной работы

1. Понятие «корпоративная культура», ее функции.
2. Отличия организационной и корпоративной культуры.
3. Структура корпоративной культуры.
4. Классификация корпоративных культур.
5. Типология Дж. Зоненфельда.
6. Типология Т. Дейла и А. Кеннеди.
7. Типология Р. Куинна.

8. Типология М. Бурке.
9. Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры.
10. Этапы изменения корпоративной культуры.
11. Модель процесса изменений К. Левина.
12. Роль специалиста по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.
13. Понятие коллектива.
14. Социально-психологический климат в группе.
15. Формирование команды.
16. Совместимость и срабатываемость.
17. Доминирующая культура и субкультуры.
18. Работоспособность и утомляемость.
19. Условия труда.
20. Особенности личности руководителя.
21. Соотношение понятий лидерства и руководства.
22. культура проведения совещаний.
23. роль руководителя в формировании корпоративной культуры.
24. Организация и проведение корпоративных мероприятий.

Образцы тестов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

Тестовые задания для промежуточного контроля

Вариант 1

1. Система материальных и духовных ценностей, присущих данной корпорации и отражающих ее индивидуальность — это:
а) корпоративная культура; б) миссия организации; в) имидж; г) философия организации.
2. К материальным проявлениям корпоративной культуры относятся:
а) ритуалы; б) мифы; в) расположение офиса; г) коммуникации.
3. Понятие корпоративная культура возникло:

а) в эпоху Тейлоризма; б) в 30-50 годы XX века; в) в постиндустриальном обществе; г) в индустриальном обществе.

4. Корпоративная культура выполняет функцию:

а) идентификации; б) рекламную; в) маркетинговую; г) управленческую.

5. К элементам организационной коммуникации относят:

а) церемонии; б) легенды; в) обряды; г) артефакты.

6. Основная цель организации, характеризующаяся социальной полезностью и предназначенная для широкой общественности, прописана в:

а) уставе; б) философии; в) миссии; г) этическом кодексе.

7. Корпоративная культура в организации определяет и регламентирует:

а) объем производства; б) затраты на рекламу; в) поведение сотрудников; г) объем сбыта.

Вариант 2

1. Формализованная корпоративная культура, которой присущи такие черты как стремление к долговременному сотрудничеству, медленный карьерный рост в одном узком направлении, первостепенная роль документов свойственна:

а) шоу-бизнесу; б) правительственным подразделениям; в) университетам; г) розничной торговле.

2. Корпоративная культура, которая возникает в ситуации необходимости выживания, нет гарантии постоянной работы, но уверенные в себе менеджеры могут быстро сделать карьеру, выведя компанию из кризиса, называется:

а) клубная; б) академическая; в) оборонная; г) клановая.

3. Позитивная корпоративная культура характеризуется такими чертами как:

а) способствует саморазвитию сотрудников; б) основана на манипулировании; в) функционально ориентированна; г) личностно ориентированна.

4. Организация растет, обрастает людьми и технологиями, становится похожей на армию. Основной девиз: делай так, как написано в инструкции. Это происходит на этапе существования организации:

а) до 5 лет; б) от 5 до 10 лет; в) от 10 до 15 лет; г) старше 15 лет.

5. Делят корпоративную культуру на 4 типа, используя в качестве анализируемых параметров уровень риска и скорость получения обратной связи:

а) М. Бурке; б) Д. Зонненфельд; в) Т. Дейл и А. Кеннеди; г) Р. Рюттингер.

6. Тип корпоративной культуры, который возникает в ситуации необходимости выживания, когда нет гарантии постоянной работы, однако те, кто справлялись со сложной ситуацией получали признание:

а) бейсбольная команда; б) клубная; в) академическая; г) оборонная.

7. Выделяет восемь типов корпоративной культуры по параметрам: взаимодействие с внешней средой, размер и структура организации, мотивация персонала:

а) М. Бурке; б) Дж. Зонненфельд; в) Т. Дейл и А. Кеннеди; г) Р. Рюттингер.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература

1. Баранова И. П. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2007. — 166 с.

2. Жуков Ю. М. Технологии командообразования: учеб. пособ. / Ю. М. Жуков, А. В. Журавлев, Е. Н. Павлова. — М.: Аспект-Пресс, 2008. — 320 с.

3. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. — М.: Альфа-Пресс, 2005. — 351 с.

4. Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.

5. Кузнецов И. Н. Корпоративная культура : учеб. пособие / [авт.-сост. И. Н. Кузнецов]. — Минск: Кн. Дом, 2016. — 303 с.

6. Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул [и др.]; — СПб.: Гуманистика, 2016. — 213 с.

7. Михайлов Ю. М. Корпоративная система охраны труда. — М.: Альфа-Пресс, 2015. — 200 с.

8. Музыченко В. В. Управление персоналом : лекции. — 2-е изд., стер. — М.: Академия, 2014. — 527 с.

9. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М.: Логос, 2014. — 224 с.

10. Спивак В. А. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Эксмо, 2017. — 639 с.

11. Управленческая культура организаций / В. С. Дудченко [и др.] ; сост. Л. М. Кроль, Е. А. Пуртова. — М.: Класс, 2016 — 396 с.

12. Чижов Н. А. Руководитель и персонал: технология взаимодействия. — М.: Альфа-Пресс, 2017. — 577 с.

6.2. Дополнительная литература:

1. Гетало Н. Топ-менеджер как главный актив компании./ Персонал-микс. №6 (31), 2015
2. Долгов М., Доценко Е., Зверев С. Командный менеджмент в России.
Методы формирования и развития командных эффектов в организации./
Управление персоналом. №24, 2015
3. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании
мира. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016
4. Коннова Е., Огнев А. Преодоление кризисов в работе команд./ Управление
персоналом. №13, 2014
5. Максвелл В. Шеф и его команда (как создать команду своей мечты) :Пер. с
англ.- СПб., 2009
6. Сартан Г.Н. Тренинг командообразования. – СПб.: Речь, 2015
7. Саймон Г., Смитбург Д., Томпсон В. Менеджмент в организациях. :Пер. с
англ. -М., 2015
8. Синягин Ю.В. Руководитель организации и его команда. -М., 2014.
9. Съедин СИ. Формирование управленческой команды руководителя
таможенного подразделения. -М., 2013
10. Тидор С.Н. Психология управления: от личности к команде. -
Петрозаводск, 2016
11. Фопель К. Команда: консультирование и тренинг организаций / пер. с нем. — М.: Генезис, 2015. — 395 с.
- 12.. Шарков Ф. И. Имидж фирмы: технологии управления : учеб. пособие. — М.: Академ. Проект, 2016. — 271 с.
13. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство : учебник / пер. с англ. ; под ред. Т. Ю. Ковалевой. — 3-е изд. — СПб.: Питер, 2009 — 330 с.

в) программное обеспечение:

Ms office, Internet Explorer и Интернет-ресурсы

http://www.ido.edu.ru/psychology/labour_psychology/

<http://psy.piter.com/>

<http://www.psyresurs.ru/>

<http://elnara-psy.narod.ru/>

<http://eup.ru/>

<http://ht-portal.ru/>

<http://hrm.ru/>

<http://www.team-systems.ru/>

<http://www.tspirit.ru/>

<http://www.iteam.ru/>

<http://www.b-tr.ru/>

<http://www.psych.ru>

6.3. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины «Основы рекламной деятельности в туризме»

1. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.elibrary.ru>
2. Служба тематических толковых словарей Glossary.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.glossary.ru>
3. Электронная библиотека образовательных ресурсов (ЭБОР): <http://elib.gu-unpk.ru/>
4. Информационно-правовая система (база данных) «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Электронно-библиотечная система Издательства Лань [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
7. Интернет-портал Правительства РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.government.ru>
8. Сайт Президента РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kremlin.ru>
9. Федеральный портал «Российское образование»: <http://www.edu.ru/>

6.4 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<http://psy.piter.com/>

<http://www.psyresurs.ru/>

<http://elnara-psy.narod.ru/>

<http://eup.ru/>

<http://ht-portal.ru/>

<http://hrm.ru/>

<http://www.team-systems.ru/>

<http://www.tspirit.ru/>

<http://www.iteam.ru/>

<http://www.b-tr.ru/>

<http://www.psych.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007

Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.

Abbyy Fine Reader – Лицензия № 09667 от 08.02.2006 Антивирус Kaspersky – Лицензия № 1894141205092525 от 05.12.2014

Microsoft Windows XP – Лицензия № 40001512 от 22.12.2005

MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark

Microsoft Academic Alliance) – Лицензия № 1203794656 от 01.01.2016

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная

Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);

- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Содержание практических занятий

Тема I. Предмет корпоративной культуры

1. Предмет дисциплины «Корпоративная культура».
2. История развития корпоративной культуры.
3. Основные элементы и функции корпоративной культуры.

Литература

- 1 Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.
- 2 Кузнецов И. Н. Корпоративная культура : учеб. пособие / [авт.-сост. И. Н. Кузнецов]. — Минск: Кн. Дом, 2016. — 303 с.
- 3 Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул [и др.]; — СПб.: Гуманистика, 2016. — 213 с.

Тема 2. Типы корпоративных культур

1. Критерии классификации корпоративной культуры.
2. Типология Дж. Зоненфельда.
3. Типология Т. Дейла и А. Кеннеди.
4. Рамочная конструкция Р. Куинна.

Литература

1. Баранова И. П. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2007. — 166 с.
2. Жуков Ю. М. Технологии командообразования: учеб. пособ. / Ю. М. Жуков, А. В. Журавлев, Е. Н. Павлова. — М.: Аспект-Пресс, 2008. — 320 с.
3. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. — М.: Альфа-Пресс, 2005. — 351 с.
4. Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.

Тема 3. Формирование корпоративной культуры

1. Модель процесса изменений К. Левина.
2. Этапы изменения корпоративной культуры.
3. Факторы успешного изменения.

Литература

- 1 Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М.: Логос, 2014. — 224 с.
- 2 Спивак В. А. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Эксмо, 2017. — 639 с.
- 3 Управленческая культура организаций / В. С. Дудченко [и др.] ; сост. Л. М. Кроль, Е. А. Пуртова. — М.: Класс, 2016 — 396 с.
- 4 Чижов Н. А. Руководитель и персонал: технология взаимодействия. — М.: Альфа-Пресс, 2017. — 577 с.

Тема 4. Значение групп в организационной культуре

1. Параметры групп.
2. Групповая динамика.
3. Понятие коллектива.

Литература

- 1 Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М.: Логос, 2014. — 224 с.
- 2 Спивак В. А. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Эксмо, 2017. — 639 с.
- 3 Управленческая культура организаций / В. С. Дудченко [и др.] ; сост. Л. М. Кроль, Е. А. Пуртова. — М.: Класс, 2016 — 396 с.
- 4 Чижов Н. А. Руководитель и персонал: технология взаимодействия. — М.: Альфа-Пресс, 2017. — 577 с.

Тема 5. Формальные и неформальные группы

Формальная организация

Неформальная организация

Общие и различное в организационной структуре

Литература

1. Баранова И. П. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2007. — 166 с.
2. Жуков Ю. М. Технологии командообразования: учеб. пособ. / Ю. М. Жуков, А. В. Журавлев, Е. Н. Павлова. — М.: Аспект-Пресс, 2008. — 320 с.
3. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. — М.: Альфа-Пресс, 2005. — 351 с.
4. Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитоновна. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.

Тема 6. Управленческая команда как лидерский ансамбль («созвездие лидеров»).

Тимбилдинг

Командообразование

«Командная игра»

Командный дух

Литература

- 1 Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитоновна. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.
- 2 Кузнецов И. Н. Корпоративная культура : учеб. пособие / [авт.-сост. И. Н. Кузнецов]. — Минск: Кн. Дом, 2016. — 303 с.
- 3 Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул [и др.]; — СПб.: Гуманистика, 2016. — 213 с.

Тема 7. Личностно-профессиональные характеристики лидера

Лидерство

Типология лидерства

Власть

Стили власти

Литература

1. Баранова И. П. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2007. — 166 с.
2. Жуков Ю. М. Технологии командообразования: учеб. пособ. / Ю. М. Жуков, А. В. Журавлев, Е. Н. Павлова. — М.: Аспект-Пресс, 2008. — 320 с.
3. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. — М.: Альфа-Пресс, 2005. — 351 с.
4. Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонова. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.

Тема 8. Психолого-акмеологические основы формирования команды

Конфликт

Жизненный цикл конфликта

Диалог, компромисс, сговор.

Литература

- 1 Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонова. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.
- 2 Кузнецов И. Н. Корпоративная культура : учеб. пособие / [авт.-сост. И. Н. Кузнецов]. — Минск: Кн. Дом, 2016. — 303 с.
- 3 Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул [и др.]; — СПб.: Гуманистика, 2016. — 213 с.
- 4 Михайлов Ю. М. Корпоративная система охраны труда. — М.: Альфа-Пресс, 2015. — 200 с.
- 5 Музыченко В. В. Управление персоналом : лекции. — 2-е изд., стер. — М.: Академия, 2014. — 527 с.

Раздел 9. Культура труда

1. Условия труда.

2. Режим труда и отдыха.

3. Охрана труда.

Литература

- 1 Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонова. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.
- 2 Кузнецов И. Н. Корпоративная культура : учеб. пособие / [авт.-сост. И. Н. Кузнецов]. — Минск: Кн. Дом, 2016. — 303 с.
- 3 Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул [и др.]; — СПб.: Гуманистика, 2016. — 213 с.
- 4 Михайлов Ю. М. Корпоративная система охраны труда. — М.: Альфа-Пресс, 2015. — 200 с.
- 5 Музыченко В. В. Управление персоналом : лекции. — 2-е изд., стер. — М.: Академия, 2014. — 527 с.

Тема 10. Культура управления

1. Стили руководства.
2. Понятие лидерства.
3. Психология управления.

Литература

1. Баранова И. П. Организационное поведение : учеб. пособие. — М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2007. — 166 с.
2. Жуков Ю. М. Технологии командообразования: учеб. пособ. / Ю. М. Жуков, А. В. Журавлев, Е. Н. Павлова. — М.: Аспект-Пресс, 2008. — 320 с.
3. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. — М.: Альфа-Пресс, 2005. — 351 с.
4. Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонова. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.

Тема 11. Мотивация работников

1. Теория Д. Мак Грегора.
2. Двухфакторная модель Ф. Херцберга.
3. Процессуальные теории мотивации.

Литература

- 1 Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонова. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.
- 2 Кузнецов И. Н. Корпоративная культура : учеб. пособие / [авт.-сост. И. Н. Кузнецов]. — Минск: Кн. Дом, 2016. — 303 с.
- 3 Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул [и др.]; — СПб.: Гуманистика, 2016. — 213 с.
- 4 Михайлов Ю. М. Корпоративная система охраны труда. — М.: Альфа-Пресс, 2015. — 200 с.
- 5 Музыченко В. В. Управление персоналом : лекции. — 2-е изд., стер. — М.: Академия, 2014. — 527 с.

Тема 12. Диагностика корпоративной культуры

1. Этапы диагностики корпоративной культуры.
2. Тестирование и анкетирование.
3. Культурная сеть по Джонсону.

Литература

- 1 Корпоративная культура и управление изменениями / пер. с англ. А. Лисициной; ред. Е. Харитонова. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 191 с.
- 2 Кузнецов И. Н. Корпоративная культура : учеб. пособие / [авт.-сост. И. Н. Кузнецов]. — Минск: Кн. Дом, 2016. — 303 с.
- 3 Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул [и др.]; — СПб.: Гуманистика, 2016. — 213 с.

*Приложение 1***АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина (модуль) Б1.В.ДВ.04.01 «Корпоративная культура и внутренний маркетинг гостиничного предприятия» относится к вариативной части блока Б1 учебного плана направления подготовки 43.03.023 Гостиничное дело (направленность «Гостиничное дело»).

Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель курса состоит в изучении студентами современных представлений о корпоративной культуре, методах ее диагностики и коррекции, использования корпоративной культуры для укрепления имиджа организации, повышения ее цельности и ознакомление студентов с основными категориями, понятиями и принципами организации обеспечения качества услуг гостеприимства средствами внутреннего маркетинга.

Для данной дисциплины планируются следующие образовательные задачи:

- изучение современных концепций, типологий корпоративной культуры;
- формирование системного представления о корпоративной культуре;
- знакомство с методами ее диагностики и коррекции;
- обобщение теоретического и анализ практического опыта;
- прояснение значения корпоративной культуры для связей с общественностью;
- тренинг навыков исследования и формирования корпоративной культуры.
- изучение основных инструментов управления контактным персоналом гостиничного предприятия в системе внутреннего маркетинга;
 - описать взаимосвязь качества услуги уровня развития системы внутреннего маркетинга на предприятиях индустрии гостеприимства;
 - ознакомление с основными способами оценки удовлетворенности персонала методам и результатами внутреннего маркетинга на предприятии;
 - освоение навыков разработки комплекса маркетинга в средствах размещения и др

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-11 готовностью к применению инновационных технологий в гостиничной деятельности и новых форм обслуживания потребителей

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы и закономерности развития и функционирования корпоративной культуры;
- современные методы ее диагностики;
- основные элементы корпоративной культуры;
- роль руководителя в ее формировании;
- факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры; понятия и виды субкультур;
- направления и формы работы по формированию корпоративной культуры;
- типы и стратегии командного взаимодействия, содержание, психологические основы формирования лидерства в команде, профессионально важные качества и компетенции руководителя, необходимые для его работы в команде, жизненный цикл команды, кризисы становления и развития команды в организации.

Уметь:

- определять этап развития команды, особенности корпоративной культуры, определять степень выраженности компетенций руководителя, выявлять стратегии мышления руководителя, планировать оценку эффективности деятельности команды;
- проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры;
- формировать корпоративную культуру с помощью изученных технологий;

- использовать приемы изменения корпоративной культуры для оптимизации связей организации с общественностью;
- транслировать ценности внутри организации; использовать корпоративную культуру для укрепления имиджа организации;
- формировать команду для решения поставленных целей.

Владеть:

- представлениями об управленческой команде как форме самоорганизации профессионалов, культуре команды, управленческой команде как лидерской команде, личностно-профессиональные характеристики руководителя команды, психолого-акмеологические основы формирования команды.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3зачетных единицы

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры общественных связей,

Туризма и гостеприимства

№1 от 31.08.2020

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе (*модуле*) дисциплины

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	29.06.2017 г.	10
2	Приложение №2	26.06.2018 г.	11
3	Приложение №3	31.08.2020 г.	1

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2017 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 19 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

** Оставить используемое ПО в рамках учебной дисциплины*

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2018 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

** Оставить используемое ПО в рамках учебной дисциплины*

2. Перечень БД и ИСС

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно

			распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

