

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«10» июня 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«17» июня 2025 г.

Автор: И.В. Шустина

КОРПОРАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность программы «Проектная де-
ятельность в медиакоммуникациях»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 26 от 17.06.2025)*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и общегуманитарные науки»
(протокол № 10 от 10.06.2025)*

Ярославль 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	3
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	4
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	7
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	7
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	10
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	10
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	13
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	14
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	15
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	15

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.1. «Корпоративный менеджмент»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Корпоративный менеджмент» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-4.	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<i>Знает:</i> характер современных социальных практик. <i>Умеет:</i> интерпретировать полученные в ходе социологического исследования данные для оптимальной разработки медиапродукта
		2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты	<i>Знает:</i> способы воздействия на целевую аудиторию <i>Умеет:</i> прогнозировать реакцию целевой аудитории на коммуникационный продукт
ПК-2	Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	1. Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов	<i>Знает:</i> разные виды документов, регламентирующие деятельность разных структур и медиакомпаний <i>Умеет:</i> создавать разные виды документов, регламентирующие деятельность разных структур и медиакомпаний
		2. Формирует организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов	<i>Знает:</i> профессиональные требования, предъявляемые к персоналу в медиакомпаниях <i>Умеет:</i> выстраивать организационную структуру медиакомпаний с учетом стоящих перед ней задач
		3. Составляет квалификационные требования к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	<i>Знает:</i> квалификационные требования к персоналу <i>Умеет:</i> разрабатывать систему квалификационных испытаний для отбора персонала

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Корпоративный менеджмент» является дисциплиной мо-

дуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение программы магистратуры, части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях», заочная форма обучения.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 4 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	2 з.е./72 ч.	72
Контактная работа – Аудиторные занятия	8	8
<i>Лекции</i>	<i>4</i>	<i>4</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>4</i>	<i>4</i>
Самостоятельная работа	64	64
Вид текущего контроля		Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации		Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Управление внутрикорпоративными связями с общественностью

Место отдела связей с общественностью внутри организации. Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью. Финансирование отдела по связям с общественностью. Мотивация и коммуникация. Цели и задачи внутрикорпоративных связей с общественностью. Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью. Внутрикорпоративные связи с общественностью в условиях кризиса. Типология кризисов. Коммуникация в период кризиса. Кризис как стимул сплочения внутренней общественности.

Тема 2. Корпоративная культура

Корпоративная культура и ее роль в организации. Модели корпоративной культуры. Стиль руководства и корпоративная культура. Миссия и видение. Кредо и корпоративная философия. Корпоративный путеводитель. История и легенда. Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия

Тема 3. Фирменный стиль

Составляющие фирменного стиля. Название организации. Слоган организации. Логотип и фирменный шрифт. Фирменная цветовая гамма. Форма сотрудников и оформление интерьера. Корпоративные сувениры и подарки.

Тема 4. Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью

Система внутрикорпоративных коммуникаций. Устная коммуникация. Письменная коммуникация. Игровые технологии. Мультимедийная коммуникация. Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа компании. Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью. Планирование издания корпоративной прессы. Разработка концепции периодического издания. Подбор материала и написание статей.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лекции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерактив- ных формах		
1	Тема 1. Управле- ние внутрикорпо- ративными связя- ми с общественно- стью	18	2	1	1	1	16	Опрос
2	Тема 2. Корпора- тивная культура	18	2	1	1	1	16	Опрос, выполне- ние зада- ний
3	Тема 3. Фирмен- ный стиль	18	2	1	1	1	16	Опрос, выполне- ние зада- ний
4	Тема 4. Технологи- и и инструменты внутрикорпора- тивных связей с общественностью.	18	2	1	1	1	16	Опрос, выполне- ние зада- ний
	В целом по дисци- плине	72	8	4	4	4	64	Домаш- нее твор- ческое задание
	Итого в %		100			50		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Управление внутрикорпоративными связями с общественностью	Вопросы к практическому занятию 1. Место отдела связей с общественностью внутри организации. 2. Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью. 3. Финансирование отдела по связям с общественностью. 4. Мотивация и коммуникация. 5. Цели и задачи внутрикорпоративных связей с общественностью. 6. Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью. 7. Внутрикорпоративные связи с общественностью в условиях кризиса. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос
Тема 2. Корпоративная культура	Вопросы к практическому занятию 1. Корпоративная культура и ее роль в организации. 2. Модели корпоративной культуры. 3. Стил ь руководства и корпоративная культура. 4. Миссия и видение. 5. Кредо и корпоративная философия. 6. Корпоративный путеводитель. 7. История и легенда. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 3. Фирменный стиль	Вопросы к практическому занятию 1. Составляющие фирменного стиля. 2. Название организации. 3. Слоган организации. 4. Логотип и фирменный шрифт. 5. Фирменная цветовая гамма. 6. Форма сотрудников и оформление интерьера. 7. Корпоративные сувениры и подарки. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 4. Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью.	Вопросы к практическому занятию 1. Система внутрикорпоративных коммуникаций. 2. Устная коммуникация. 3. Письменная коммуникация. 4. Игровые технологии. 5. Мультимедийная коммуникация. 6. Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа компании. 7. Планирование издания корпоративной прессы. 8. Разработка концепции периодического издания. 9. Подбор материала и написание статей. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Управление внутрикорпоративными связями с общественностью	Типология кризисов. Коммуникация в период кризиса. Кризис как стимул сплочения внутренней общественности.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 2. Корпоративная культура	Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 3. Фирменный стиль	Фирменный стиль, его роль в формировании корпоративной культуры. Составляющие фирменного стиля.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 4. Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью.	Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные темы контрольной работы

1. Миссия и видение организации
2. Корпоративный путеводитель, его роль в адаптации персонала.
3. История и легенда как элемент корпоративной культуры организации

4. Корпоративные мероприятия, их место в корпоративном менеджменте.
5. Корпоративная философия, ее роль в формировании корпоративной культуры.
6. Фирменный стиль и его роль в формировании корпоративной культуры компании.
7. История возникновения корпоративных изданий.
8. Корпоративное издание, требования к данному виду СМИ
9. Сайт организации как отражение корпоративной культуры компании.
10. Страницы в соцсетях как элемент корпоративной культуры компании.

Примерные вопросы для научных дискуссий, докладов и презентаций

1. Как корпоративная культура влияет на положение компании на рынке?
2. Почему важно уделять внимание фирменному стилю компании?
3. Почему внутрикорпоративные коммуникации являются важным компонентом корпоративной культуры?
4. Квалификация сотрудников – элемент корпоративной культуры?
5. Роль руководителя в формировании корпоративной культуры.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание контрольной работы, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам зачета) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	зачет	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Доклад, презентация – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла

		Краткое выступление – 1 балл Решение расчетных задач – 1 балл
Активность при проведении внеаудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Выполнение контрольной работы – 10 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- а. решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- б. выполнение реферата
- с. обсуждения законодательных, правовых и нормативных актов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;

- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;

- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к зачету с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. Место отдела связей с общественностью внутри организации. Роль и функции специалиста по внутрикорпоративным связям с общественностью.
2. Финансирование отдела по связям с общественностью.
3. Мотивация и коммуникация.

4. Цели и задачи внутрикорпоративных связей с общественностью.
5. Управление информационно-коммуникационными проектами во внутрикорпоративных связях с общественностью
6. Корпоративная культура и ее роль в организации.
7. Модели корпоративной культуры.
8. Стиль руководства и корпоративная культура
9. Миссия и видение. Кредо и корпоративная философия.
10. Корпоративный путеводитель.
11. История и легенда.
12. Обряды, ритуалы, церемонии и корпоративные мероприятия.
13. Составляющие фирменного стиля: название организации, слоган организации, логотип и фирменный шрифт, фирменная цветовая гамма.
14. Составляющие фирменного стиля: форма сотрудников и оформление интерьера, корпоративные сувениры и подарки.
15. Система внутрикорпоративных коммуникаций.
16. Устная коммуникация.
17. Письменная коммуникация.
18. Игровые технологии
19. Мультимедийная коммуникация
20. Виды корпоративной прессы и задачи, решаемые с ее помощью.
21. Планирование издания корпоративной прессы.
22. Разработка концепции периодического издания. Подбор материала и написание статей.
23. Типология кризисов.
24. Коммуникация в период кризиса. Кризис как стимул сплочения внутренней общественности.

Примеры заданий

Задание 1. Проанализируйте фирменный стиль одного из высших учебных заведений Ярославля. Дайте оценку сильным и слабым сторонам. Составьте предложения по усовершенствованию фирменного стиля вуза.

Задание 2. Проанализируйте корпоративное издание образовательного учреждения. Назовите сильные и слабые стороны. Как отражены философия и миссия в корпоративном издании? Что вы изменили бы в данном издании? Обоснуйте свой ответ.

Задание 3. Разработайте макет электронного корпоративного издания одного из частных медицинских центров: придумайте концепцию издания, название, количество и содержание рубрик.

Задание 4. Предложите систему обрядов, церемоний и корпоративных мероприятий, которые способствовали бы формированию корпоративной культуры Ярославского филиала Финуниверситета.

Задание 5. Проанализируйте деловую переписку компании с партнерами, заказчиками, органами государственной власти. Сделайте вывод о корпоративной культуре компании. Разработайте рекомендации.

Пример билета на зачет

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»
Дисциплина «Корпоративный менеджмент»
Филиал Ярославский
Форма обучения Заочная
Модуль 4 Направление 42.04.05 «Медиакоммуникации»
Направленность программы «Проектная деятельность в медиакоммуникациях»

БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Мотивация и коммуникация	15
2	Составляющие фирменного стиля: форма сотрудников и оформление интерьера, корпоративные сувениры и подарки.	15
3	Предложите варианты сувениров и подарков как элементов фирменного стиля медицинского центра.	30

Подготовил

И.В. Шустина

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

Р. В. Колесов

«Менеджмент и общегуманитарные науки»

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
ОПК-4 - Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	<i>1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</i> Задание 1 Проанализируйте результаты анкетирования, проведенного для выявления уровня корпоративной культуры образовательного учреждения. Сделайте выводы о положении компании на рынке образовательных услуг. Разработайте рекомендации. <i>2. Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые медиапроекты и (или) медиапродукты</i> Задание 1 Разработайте фирменный стиль для вновь открывающегося рестора-

	на мексиканской кухни
ПК-2 - Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	1. Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов Задание 1. Составьте должностную инструкцию для менеджера по работе с клиентами. Составьте памятку для менеджера по работе с клиентами. 2. Формирует организационную структуру и штатное расписание медиакомпаний и их отдельных подразделений, а также медиапроектов Задание 1. Вы руководитель радиоканала. Составьте организационную структуру и штатное расписание вашей организации. Как подобная структура повлияет на корпоративную культуру организации? 3. Составляет квалификационные требования к персоналу для проектируемых медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов Задание 1. Составить описание должности для менеджера по работе с клиентами.

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 01 октября 2024 года №2187/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в Финансовом университете», размещенный по ссылке: https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz_-_2187_o-ot-01.10.2024.pdf

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2020)
3. О противодействии экстремистской деятельности: Закон РФ от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ;
4. О рекламе: Закон РФ № 18-ФЗ (22.02.2006)
5. О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы: Указ Президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183.
6. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.

7. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 30.12.2020)

а) основная литература

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 167 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/470006>

2. Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/451359>

б) дополнительная литература

3. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/450009>

4. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 429 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/468747>

5. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 255 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/471939>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>

5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>

6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Шустина И.В.. Методические реко-	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvy

мендации по выполнению контрольной работы по дисциплине «Корпоративный менеджмент» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации»		AHR
Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансовом университете»		https://www.fa.ru/upload/iblock/dc2/a5qpi6qb0k0l6jz01c4g9y1cv5x35ey3/Prikaz_-1040_o-ot-11.05.2021.PDF

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс».	Темы 1-4

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.