

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Затверджено на засіданні
управління соціальними комунікації
Протокол № 6 від 20.01.2016 р.

ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Корпоративна культура та корпоративні медіа»
для студентів усіх спеціальностей усіх форм навчання

Укладач: доцент кафедри
управління соціальними комунікації
к. е. н., доцент Зима О. Г.

Відповідальний за випуск
зав. кафедрою управління
соціальними комунікації Яресько К. В.

1. ВСТУП

Управління сучасною організацією неможливо ефективно здійснювати без урахування особливостей її корпоративної культури. Більшість успішних організацій країни активно впроваджують в систему менеджменту корпоративні правила і стандарти поведінки, розробляють кодекси етики членів компаній, особливу увагу приділяють внутрішньоорганізаційним ритуалам і міфам та ін.

Активне зростання кількості і поступова динаміка якості корпоративних медіа як виду засобів масової комунікації обумовлені розвитком ринкових відносин, внутрішніх і зовнішніх бізнес-комунікацій.

У таких умовах важливості набуває вміння формувати корпоративну культуру підприємства до змін зовнішнього середовища та приймати обґрунтовані, оптимальні рішення щодо застосування медіа для розвитку корпоративної культури результатом чого є ведення ефективної господарської діяльності підприємства.

Навчальна дисципліна «Корпоративна культура та корпоративні медіа» є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеню «магістр» для всіх форм навчання.

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування у студентів системи знань та практичних навичок у сфері корпоративної культури та корпоративних медіа для використання у професійній діяльності.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

засвоєння основних ознак та особливостей формування корпоративної культури на підприємстві (організації);

оволодіння навичками застосовування різних видів медіа для формування і розвитку корпоративної культури.

«КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА І КОРПОРАТИВНІ МЕДІА» – навчальна дисципліна, під час викладання якої студенти вивчають інструментарій сучасних медіа для можливості застосування таких інструментів на підприємстві, результатом чого є формування і розвиток корпоративної культури.

Об'єктом навчальної дисципліни є процеси застосування корпоративних медіа для формування і розвитку корпоративної культури.

Предметом навчальної дисципліни є види медіа, які використовуються для формування і розвитку корпоративної культури.

Вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши більшість навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів. Теоретико-методичною базою вивчення цієї дисципліни є такі навчальні дисципліни, як: «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Соціологія», «Управління персоналом». У свою чергу, знання з даної дисципліни забезпечують успішне засвоєння таких навчальних дисциплін, як: «Корпоративне управління», «Економічне управління підприємством», «Управління стратегічними змінами», а також виконання тренінгів, міждисциплінарних комплексних курсових робіт та магістерських дипломних робіт.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- основні елементи та моделі корпоративної культури;
- типи корпоративної культури;
- умови розвитку корпоративної культури;
- особливості мотивації працівників під час формуванні і розвитку корпоративної культури;
- роль керівника в побудові організаційної культури;
- сутність та типологію корпоративних медіа;
- сутність і типи корпоративних видань;
- умови створення корпоративного видання;
- особливості створення корпоративного телебачення і корпоративне радіо;
- елементи фірмового стилю;
- особливості формування логотипу організації (підприємства)

вміти:

- використовувати типи та моделі корпоративної культури для її розвитку на підприємстві (організації);
- аналізувати зміни корпоративної культури;
- використовувати особливості різних субкультур при розвитку корпоративної культури;
- формулювати вимоги, яким повинен відповідати керівник підприємства (організації), щоб сформувати сильну корпоративну культуру на такому підприємстві (організації);

вибирати способи нематеріальної мотивації працівника для поліпшення корпоративної культури;
обґрунтовувати необхідність застосування внутрішньокорпоративні ЗМІ для розвитку корпоративної культури;
здійснювати аналіз сутності корпоративних видань;
досліджувати умови створення корпоративного видання на підприємстві (організації);
розробляти івент-видання, присвячені проведенню підприємством виставки продукції;
характеризувати переваги корпоративного телебачення;
доводити необхідність застосування радіо для створення та підтримання корпоративної культури;
писати сценарій по створенню рубрик до радіожурналу;
обґрунтовувати вибір елементів фірмового стилю;
аналізувати особливості формування логотипу організації (підприємства);
розробляти проект брендбуку.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню студентами професійною компетентністю, що наведено в табл. 1.

Структуру складових професійних компетентностей та їх формування відповідно до Національної рамки кваліфікацій України наведено в табл. 2.

Таблиця 1

**Професійні компетентності, які отримуються студентами після
вивчення навчальної дисципліни**

Компетентність	Складові компетентності
Вміти використовувати основні елементи, типи і моделі корпоративних культур для формування й розвитку корпоративної культури, а також для управління культурою на підприємстві (організації)	Знати основні елементи, типи та моделі корпоративної культури
	Вміти використовувати особливості різних субкультур при розвитку корпоративної культури
	Визначати особливості мотивації працівників під час формуванні і розвитку корпоративної культури
	Проводити аналіз зміни корпоративної культури
Вміти розробляти та застосовувати основні корпоративні медіа для формування корпоративної культури; вміти створювати фірмовий стиль організації (підприємства)	Знати сутність і типологію корпоративних медіа та елементи фірмового стилю
	Обґрунтовувати необхідність застосування внутрішньокорпоративні ЗМІ для розвитку корпоративної культури
	Розробляти івент-видання, присвячені проведенню підприємством виставки продукції
	Розробляти проект брендбуку

Таблиця 2

Структура складових професійних компетентностей з навчальної дисципліни «Корпоративна культура та корпоративні медіа» за Національною рамкою кваліфікацій України

Складові компетентності, яка формується в рамках теми	Мінімальний досвід	Знання	Вміння	Комунікації	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Основи корпоративної культури					
Здійснювати обґрунтування вибору елементів корпоративної культури, що визначають фінансову успішність компанії	Володіння навиками самостійної роботи з літературою по даній темі	Знати основи корпоративної культури	Характеризувати суб'єктивні й об'єктивні елементи корпоративної культури	Визначати фінансову успішність компанії на основі елементів корпоративної культури	Відповідати за розробку основних положень корпоративної культури при створенні її структури
Тема 2. Типологія корпоративної культури					
Використовувати різні типології для формування й розвитку корпоративної культури	Знання основ, функцій і моделей корпоративної культури	Знати різні типи корпоративної культури	Аналізувати та порівнювати характеристики типів корпоративної культури	Вміти обґрунтовано довести про необхідність застосування типа корпоративної культури, який відповідає цілям підприємства	Нести відповідальність за надання пропозиції щодо певного типу корпоративної культури

1	2	3	4	5	6
Тема 3. Умови розвитку корпоративної культури					
Формувати та підтримувати корпоративну культуру на підприємстві	Знання та вміння використовувати різні типи корпоративної культури для формування й розвитку її на підприємстві	Знати основні ознаки, напрямки та етапи формування корпоративної культури	Використовувати умови та різні фактори, що потребують зміни корпоративної культури	Використовувати специфіку поведінки, що мають субкультури та контркультура для прийняття управлінських рішень на підприємстві	Нести відповідальність за формування та заходи щодо підтримки корпоративної культури
Тема 4. Культура управління					
Формувати на підприємстві корпоративну поведінку на основі різних варіантів мотивації працівників	Знання специфіки поведінки, що має субкультура та контркультура	Знати види норм поведінки та правила поведінки на підприємстві	Обґрунтовано підбирати мотиватори діяльності людини для формування корпоративної поведінки	Використовувати стилі керівництва для ефективної взаємодії керівника з підлеглими	Самостійно формувати в собі корпоративну поведінку відповідно до правил, встановлених на підприємстві
Тема 5. Корпоративні медіа як засоби комунікації					
Використовувати корпоративні медіа для здійснення комунікації на підприємстві	Знання сутності поняття «медіа»	Знати основні цілі корпоративних медіа, їх види та типи	Використовувати задачі, які виконуються внутрішніми корпоративними ЗМІ на підприємстві для підвищення корпоративної культури	Аналізувати зміни кількості каналів комунікацій на підприємстві	Вміти використовувати фактори підвищення ефективності корпоративних ЗМІ на підприємстві

1	2	3	4	5	6
Тема 6. Корпоративні друковані медіа					
Обґрунтовувати вибір корпоративного видання для підтримання корпоративної культури	Знання сутності поняття друкованого видання	Знати класифікацію корпоративних видань та відмінності корпоративних видань від будь-яких інших видань	Застосовувати для підвищення корпоративної культури етапи створення корпоративного видання	Створювати івент-видання для підприємства (організації)	Нести відповідальність за створення внутрішньокорпоративних видань (новостних, підсумково-подієвих).
Тема 7. Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо					
Вміти писати сценарій до корпоративного радіожурналу	Розуміння необхідності передачі інформації за допомогою телебачення і радіо	Знати основні складові й задачі корпоративного телебачення і радіо	Виділяти фактори, що впливають на ефективність корпоративних аудіовізуальних комунікацій	Обговорювати переваги та недоліки корпоративного радіо	Нести відповідальність за контент рубрик корпоративного радіожурналу та їх тематичне спрямування
Тема 8. Розробка фірмового стилю організації (підприємства)					
Вміти обґрунтовувати вибір елементів брендбуку організації (підприємства)	Розуміння необхідності створення фірмового стилю організації (підприємства)	Знання сутності елементів фірмового стилю	Вміти обґрунтовувати вибір елементів фірмового стилю організації (підприємства)	Аналізувати місця розташування елементів фірмового стилю	Вміти використовувати елементи брендбуку: базові, ділові, рекламні, сувенірні, для підвищення корпоративної культури

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин (5 кредитів ЄКТС). Форма підсумкового контролю – залік.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА

Тема 1. Основи корпоративної культури

1.1. Сутність і основні елементи корпоративної культури

Виділення ключових ознак корпоративної культури. Структура корпоративної культури. Основні положення корпоративної культури. Задачі та структурні елементи корпоративної культури. Елементи корпоративної культури, що визначають фінансову успішність компанії. Характеристика суб'єктивних і об'єктивних елементів корпоративної культури.

1.2. Функції корпоративної культури

Характеристика функцій корпоративної культури. Реалізація функцій корпоративної культури.

1.3. Моделі корпоративної культури

Порівняльна оцінка моделей корпоративної культури. Модель Едгара Шейна. Модель Ф. Харріса и Р. Морана. Цінносно-нормативна модель. Іміджева модель.

1.4. Відмінні особливості корпоративної культури різних країн світу

Американська (протестантизм) корпоративна культура. Японська (буддизм) корпоративна культура. Арабська (іслам) корпоративна культура.

Тема 2. Типологія корпоративної культури

2.1. Типологія Джеффри Зонненфельда

Характеристика типів корпоративної культури: бейсбольна команда; клубна культура; академічна культура; оборонна культура.

2.2. Типологія К. Камерона і Р. Куїнна

Характеристика типів корпоративної культури: Кланова (сімейна) культура; адхократична культура; ринкова культура; ієрархічна (бюрократична) культура; матриця вимірів корпоративної культури.

2.3. Інші типи корпоративної культури

Типологія Ч. Хенді: культура влади; культура ролі; культура задачі; культура особистості. Типи культур по У. Оучі. Класифікація різних видів

корпоративної культури по Беку-Коуену. Відмінності у корпоративних культурах: «мачо», «культура плідотворної праці», «культура інвестицій», «культура процесу».

Тема 3. Умови розвитку корпоративної культури

3.1. Формування і підтримка корпоративної культури

Ознаки корпоративної культури. Напрямки та етапи формування корпоративної культури. Заходи підтримки корпоративної культури.

3.2. Зміна корпоративної культури

Умови, що потребують зміни корпоративної культури. Складові щодо створення корпоративної культури. Характеристика факторів, що впливають на зміни корпоративної культури.

3.3. Субкультура

Основні ознаки поняття субкультура. Види субкультур на підприємстві (організації). Специфіка поведінки, що має субкультура. Контркультура. Елементи управління субкультурою.

Тема 4. Культура управління

4.1. Корпоративна поведінка

Різні види норм поведінки на підприємстві. Типології форм трудової поведінки. Формальні й неформальні правила поведінки. Статус стандартів корпоративної поведінки.

4.2. Мотивація працівників

Ознаки поняття мотивації. Основні мотиватори діяльності людини. Найбільш розповсюджені варіанти мотивації. Нематеріальна мотивація. Класифікація типів мотивації працівників.

4.3. Роль керівника в побудові організаційної культури

Фактори ефективної взаємодії керівника з підлеглими. Класифікація стилів керівництва по Курту Левіну: авторитарний стиль; демократичний стиль; ліберальний стиль. Якості керівника щодо сильної корпоративної культури.

Змістовий модуль 2. ОСНОВНІ КОРПОРАТИВНІ МАДІА

Тема 5. Корпоративні медіа як засоби комунікації

5.1. Сутність та типологія корпоративних медіа

Основні цілі корпоративних медіа. Види корпоративних медіа.

Класифікація типів корпоративних медіа. Фактори підвищення

ефективності корпоративних ЗМІ.

5.2. Історичний аспект розвитку корпоративних медіа

Основні періоди розвитку європейських корпоративних видань: спорадичний період; період скромного розвитку корпоративної преси; період активного розвитку корпоративних видань; період сучасних корпоративних видань.

5.3. Внутрішньокорпоративні ЗМІ

Зміни кількості каналів комунікацій на підприємстві. Перелік внутрішньокорпоративних засобів масової інформації. Задачі, які виконуються внутрішніми корпоративними ЗМІ на підприємстві.

Тема 6. Корпоративні друковані медіа

6.1. Сутність корпоративних видань

Ключові ознаки корпоративних видань. Класифікація корпоративних видань. Відмінності корпоративних видань від будь-яких інших видань.

6.2. Типи корпоративних видань

Внутрішньокорпоративні видання (новостні, підсумково-подієві). Видання для зовнішньої аудиторії. Галузеві видання. Івент-видання.

6.3. Умови створення корпоративного видання

Етапи створення корпоративного видання: визначення завдань; здійснення PR-кампанії по просуванню корпоративного видання; формування редакції; бюджетування; управління проектом (видавничий цикл); розробка нормативного документу; запуск технологічного циклу корпоративного видання; зворотній зв'язок.

Тема 7. Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо

7.1. Корпоративне телебачення

Основні складові корпоративного телебачення. Фактори, що впливають на ефективність корпоративних аудіовізуальних комунікацій. Вплив корпоративного телебачення на аудиторію. Переваги корпоративного телебачення. Проблеми корпоративного телебачення.

7.2. Корпоративне радіо

Основні задачі корпоративного радіо. Основні елементи радіомовлення. Функції звукових заставок. Переваги корпоративного радіо. Недоліки корпоративного радіо.

7.3. Створення корпоративного радіожурналу

Ознаки корпоративного радіожурналу. Структура корпоративного

радіожурналу. Рубрики корпоративного радіожурналу та їх тематичні напрямки. Компоненти рубрики.

Тема 8. Розробка фірмового стилю організації (підприємства)

8.1. Елементи фірмового стилю

Сутність елементів фірмового стилю. Місця розташування елементів фірмового стилю. Функції фірмового стилю. Товарний знак, Слоган. Фірмова гама кольорів. Постійний комунікант. Основні переваги фірмового стилю.

8.2. Особливості формування логотипу організації (підприємства)

Логотип. Етапи розробки логотипу: збір інформації; концепція й ескізування; вимальювання ідеї логотипу; підбір шрифту; підбір кольору; затвердження логотипу; оформлення носіїв логотипу; розробка брендбуку.

8.3. Оформлення брендбуку

Основна мета створення брендбуку. Елементи брендбуку: базові, ділові, рекламні, сувенірні.

3. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття – форма навчального заняття, за якої викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом сформульованих завдань.

Проведення таких занять ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі – тестах для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями, наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на занятті. Воно включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання (табл. 3).

Перелік тем практичних занять

Назва змістового модуля	Теми практичних занять
Змістовний модуль 1. Корпоративна культура	Завдання 1. Обговорення сутності і основних елементів, функції та моделі корпоративної культури. Написання есе на тему «Який «внутрішній стрижень» корпоративної культури моєї організації (підприємства)»
	Завдання 2. Обґрунтування вибору типу корпоративної культури для організації (підприємства), де необхідно створити таку культуру (пропонується використовувати «середні» підприємства: з виробництва молочної продукції; по наданню послуг; спортивно-розважальний комплекс; транспортне підприємство)
	Завдання 3. Формування і підтримка корпоративної культури на основі аналізу зміни корпоративної культури та з урахуванням особливостей організації субкультур
	Завдання 4. Розгляд особливостей мотивації працівників; роль керівника в побудові організаційної культури
Змістовий модуль 2. Основні корпоративні медіа	Завдання 5. Дослідження історичних аспектів розвитку корпоративних медіа та особливостей внутрішньокорпоративних ЗМІ
	Завдання 6. Аналіз сутності корпоративних видань; розгляд типів корпоративних видань; дослідження умов створення корпоративного видання
	Завдання 7. Характеристика переваг корпоративного телебачення. Обговорення необхідності застосування радіо для створення та підтримання корпоративної культури
	Завдання 8. Обговорення елементів фірмового стилю та особливості формування логотипу організації (підприємства)

4. САМОСТІЙНА РОБОТА

Самостійна робота студента (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань та формування практичних навичок з навчальної дисципліни, наведені в табл. 4.

Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Форми контролю СРС
Тема 1. Основи корпоративної культури	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до написання есе «Який «внутрішній стрижень» корпоративної культури моєї організації (підприємства)»	Есе
Тема 2. Типологія корпоративної культури	Вивчення лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Підготовка до творчого завдання щодо обґрунтування вибору типу корпоративної культури	Творче завдання (есе)
Тема 3. Умови розвитку корпоративної культури	Вивчення лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка презентації «Вікові відмінності субкультур»	Презентація
Тема 4. Культура управління	Вивчення лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка презентації «Стратегії поведінки в конфліктній ситуації»	Презентація
Тема 5. Корпоративні медіа як засоби комунікації	Вивчення лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою; підготовка презентації на тему «Форми та способи нематеріальної мотивації працівника для поліпшення корпоративної культури (з огляду на досвід зарубіжних країн)»	Презентація
Тема 6. Корпоративні друковані медіа	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою темою. Домашнє завдання - презентувати умови проведення конкурсу «Краще корпоративне медіа України»	Презентація домашнього завдання
Тема 7. Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо	Вивчення лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел для розробки івент-видання, присвяченого проведенню підприємством виставки продукції (молочної; канцелярської; побутової хімії або може бути варіант студента)	Творче завдання
Тема 8. Розробка фірмового стилю організації (підприємства)	Вивчення лекційного матеріалу. Пошук, підбір та огляд літературних джерел для створення брендбуку для підприємства з виготовлення меблів	Творче завдання

5. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, метод проектної роботи, комп'ютерні симуляції, метод Дельфі, метод сценаріїв, банки візуального супроводу (табл. 5.1 та 5.2).

Таблиця 5.1

Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни (лекційні заняття)

Тема	Практичне застосування навчальних технологій
Тема 1. Основи корпоративної культури	Лекція проблемного характеру з питання формування основ корпоративної культури, банки візуального супроводу
Тема 2. Типологія корпоративної культури	Лекція проблемного характеру з питання обґрунтування вибору типів корпоративної культури для формування корпоративної культури на своєму підприємстві, банки візуального супроводу
Тема 3. Умови розвитку корпоративної культури	Лекція проблемного характеру з аналізу умов розвитку корпоративної культури, банки візуального супроводу
Тема 4. Культура управління	Лекція проблемного характеру з питання дослідження мотивації поведінки працівника під час розвитку корпоративної культури, банки візуального супроводу
Тема 5. Корпоративні медіа як засоби комунікації	Лекція проблемного характеру з питання можливості застосування корпоративних медіа для формування й розвитку корпоративної культури, банки візуального супроводу
Тема 6. Корпоративні друковані медіа	Лекція проблемного характеру з питання використання друкованих медіа для формування корпоративної культури, банки візуального супроводу
Тема 7. Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо	Лекція проблемного характеру з питання використання телебачення та радіо для формування основ корпоративної культури, банки візуального супроводу
Тема 8. Розробка фірмового стилю організації (підприємства)	Лекція проблемного характеру з питання розробки фірмового стилю організації (підприємства) для розвитку корпоративної культури, банки візуального супроводу

**Використання методик активізації процесу навчання
(практичні заняття)**

Тема навчальної дисципліни	Практичне застосування методик	Методики активізації процесу навчання
Тема 1. Основи корпоративної культури	Обґрунтування моделі корпоративної культури майбутнього підприємства	Робота в малих групах, презентація моделі
Тема 2. Типологія корпоративної культури	Обґрунтування вибору типу корпоративної культури для організації (підприємства), де необхідно створити таку культуру (пропонується використовувати «середні» підприємства: з виробництва молочної продукції; по наданню послуг; спортивно-розважальний комплекс; транспортне підприємство)	Робота в малих групах, презентація типу корпоративної культури
Тема 3. Умови розвитку корпоративної культури	Аналіз зміни корпоративної культури с урахуванням особливостей організації субкультур	Робота в малих групах
Тема 4. Культура управління	Обговорення основних складових корпоративної поведінки	Робота в малих групах, презентація стратегії поведінки
	Визначення ролі керівника в побудові корпоративної культури організації	Робота в малих групах, презентація основних якостей керівника
Тема 5. Корпоративні медіа як засоби комунікації	Обговорення сутності та типології корпоративних медіа	Робота в малих групах, презентація
Тема 6. Корпоративні друковані медіа	Аналіз сутності корпоративних видань	Робота в малих групах, презентація особливостей корпоративних видань
Тема 7. Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо	Написання сценарію радіожурналу	Робота в малих групах, презентація
Тема 8. Розробка фірмового стилю організації (підприємства)	Обговорення елементів фірмового стилю; особливості формування логотипу організації (підприємства)	Робота в малих групах, презентація елементів фірмового стилю

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Асаул А. Н. Культура организации: проблемы формирования и управления / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, П. Ю. Ерофеев, М. П. Ерофеев – СПб.: Гуманистика, 2006. – 204 с.

2. Корпоративная культура и эффективность предприятия [Текст] : Монография / Т. Б. Иванова, Е. А. Журавлева. – М. : РУДН, 2011. – 152 с.

3. Корпоративный менеджмент: Учебное пособие / С. А. Орехов, В. А. Селезнев, Н. В. Тихомирова; под общ. ред. д. э. н., проф. С. А. Орехова. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 440 с.

4. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – М.: Логос, 2008. – 224 с.

5. Спивак В. А. Корпоративная культура. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 352 с.