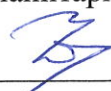


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Декан социально-
гуманитарного факультета


Ю.Е. Якунина
«09» «01» 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.03 «Организационная культура»

Направление подготовки
39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки
«Социология маркетинга и рекламы»

Форма обучения
очная

Магадан, 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социальных и гуманитарных наук, протокол от «20» декабря 2019 г. № 5.

1. Цели освоения учебной дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины Б1.В.03 «Организационная культура» являются формирование у студентов общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, приобретение практических навыков, необходимых для усвоения будущими социологами ценностного аспекта организационной культуры в рамках планируемой профессиональной деятельности в области социологии маркетинга и рекламы.

2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.03 «Организационная культура» относится к вариативной части Блока 1 (Дисциплины) ОПОП и является важной основой профессиональной подготовки социолога. Согласно содержанию ОПОП, изучение дисциплины «Организационная культура» предполагает освоение таких предшествующих дисциплин, как «Социальная психология» и «Основы социологии».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Результаты освоения дисциплины (модуля) определяются сформированными у обучающегося компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. В результате освоения дисциплины (модуля) в соответствии с ФГОС ВО обучающийся должен:

- **Знать:**

как определить релевантные для решения поставленной задачи источники информации, включая национальные и международные базы данных, электронные библиотечные системы, специализированные пакеты прикладных программ (ОПК-1);
как находить, анализировать и представлять фактические данные, как готовить аналитическую информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях (ОПК-2).

- **Уметь:**

проводить поиск социологической информации, необходимой для решения поставленной задачи, получать на ее основе социологические данные (ОПК-1);
описывать социальные исследования и процессы на основе объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных (ОПК-2).

- **Иметь практический опыт:**

создания и поддержания нормативно-методической и информационной баз исследований по заданной теме (ОПК-1);
объяснения социальных явлений и процессов на основе концепций и объяснительных моделей социологии (ОПК-2).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

ОПК-1. Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности социолога.

ОПК-2. Способность к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов.

4. Требования к условиям реализации дисциплины (модуля)

4.1. Общесистемные требования

Университет располагает на праве собственности и ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы дисциплины.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории СВГУ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает доступ к учебному плану, рабочей программе данной дисциплины (модуля), электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе дисциплины (модуля).

4.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению

4.2.1. Описание материально-технической базы, рекомендуемой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) имеются учебные аудитории, оснащенные техническими средствами обучения (мультимедиа проекторы).

Помещения, для самостоятельной работы обучающихся (научно-техническая библиотека СВГУ) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Состав необходимого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения: MS Office или его аналоги.

4.2.2. Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения), рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа инвалидов

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ должны быть обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Рекомендуемое материально-техническое и программное обеспечение образовательного процесса студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ

Категории студентов с ОВЗ и инвалидностью по нозологиям	Материально-техническое и обеспечение	Программное обеспечение
С нарушением зрения	- увеличительные устройства (лупа, электронная лупа); - устройства для чтения текста для слепых («читающая машина»); - средства для письма по системе Брайля: прибор Брайля, бумага, грифель; - принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля и рельефнографических изображений.	- программа невидимого доступа к информации на экране компьютера (например, JAWS for Windows); - программа для чтения вслух текстовых файлов (например, Balabolka); - программа увеличения изображения на экране (Magic)
С нарушением слуха	- комплекты электроакустического и звукоусиливающего оборудования с комбинированными	программы для создания и редактирования субтитров, конвертирующие речь в текстовый и жестовый форматы на экране

	элементами проводных и беспроводных систем на базе профессиональных усилителей; - мультимедийный проектор; - интерактивные и сенсорные доски.	компьютера (iCommunicator и др.).
С нарушением опорно-двигательного аппарата	- специальные клавиатуры; - специальные мыши; - увеличенные в размерах ручки и специальные накладки к ним, позволяющие удерживать ручку и манипулировать ею с минимальными усилиями; - утяжеленные (с дополнительным грузом) ручки, снижающие проявления тремора при письме.	- программа «виртуальная клавиатура»; - специальное программное обеспечение, позволяющие использовать сокращения, дописывать слова и предсказывать слова и фразы, исходя из начальных букв и грамматической формы предыдущих слов.

4.3. Требования к кадровым условиям реализации дисциплины (п. 4.4 ФГОС)

Реализация дисциплины обеспечивается педагогическими работниками Организации, а также лицами, привлекаемыми Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (п. 4.4.1 ФГОС).

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в профессиональных стандартах (п. 4.4.2 ФГОС).

Педагогические работники ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (п.4.4.3 ФГОС).

4.4. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по дисциплине (модулю)

Внутренняя оценка

Внутренняя оценка проводится в форме текущего контроля успеваемости, целью которого является оценка уровня поэтапного освоения обучающимися учебной дисциплины (модуля), а так же промежуточной аттестации обучающихся, которая проводится в соответствии с календарным учебным графиком и позволяет установить динамику успеваемости обучающихся по учебной дисциплине.

Для оценки знаний возможно использование результатов олимпиад по программам высшего образования.

5. Структура и содержание дисциплины (модуля), включая объем контактной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине (модулю) включает в себя занятия лекционного типа, семинарского типа (практические занятия).

Объем (в часах) контактной работы занятий лекционного типа, семинарского типа (практические занятия) определяется расчетом аудиторной учебной нагрузки по данной дисциплине (модулю) и составляет 72 часа.

Контактная работа при проведении промежуточной аттестации включает в себя индивидуальную сдачу зачета. Объем (в часах) для индивидуальной сдачи зачета

определяется нормами времени для расчета объема учебной нагрузки, выполняемой профессорско-преподавательским составом, и составляет 0,15 часа на одного обучающегося.

Таблица 1.

Структура и содержание учебной дисциплины

	Наименование разделов, тем (для двух и многосеместровых дисциплин - распределение по семестрам)	Количество часов						Самостоятельная работа	Форма контроля	Код формируемых компетенций
		Лекции	Лек. интер.	Лабораторные занятия	Лаб. интер.	Практические занятия	Пр. интер.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Первый модуль: Понятие, структура и содержание организационной культуры	16				16		16		
1.1.	Тема 1.1. Понятие, структура и содержание организационной культуры	4				4		4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
1.2	Тема 1.2. Системный подход к изучению организационной культуры	4				4		4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
1.3	Тема 1.3. Типология организационных культур	4				4		4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2

1.4	Тема 1.4. Кросс-культурные различия и понимание корпоративной культуры в социологии маркетинга и рекламы	4					4	4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
2.	Второй модуль: Формирование и поддержание корпоративной культуры	8					8	8		
2.1	Тема 2.1. Факторы, влияющие на особенности организационной культуры	4					4	4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
2.2	Тема 2.2. Методы изменения культуры организации	4					4	4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
3	Третий модуль: Методы и технологии диагностики организационной культуры	12					12	12		
3.1	Тема 3.1. Содержание и показатели анализа организационной культуры	4					4	4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
3.2	Тема 3.2. Анализ взаимосвязи культуры и стратегии организации	4					4	4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
3.3	Тема 3.3. Оценка влияния организационной культуры на организационную эффективность	4					4	4	Конспект, устный опрос (оценка ответа)	ОПК-1, ОПК-2
	Всего часов	36					36	36		
Общая трудоемкость с учетом экзамена(-ов) в часах (Итого)		108								
Общая трудоемкость с учетом экзамена(-ов) в з.е.		3								

Формы текущего и промежуточного контроля: в 3 семестре устн.

6. Аннотация содержания дисциплины (модуля)

Первый модуль: Понятие, структура и содержание организационной культуры

Тема 1.1. Понятие, структура и содержание организационной культуры

Формирование концепции организационной культуры и ее роль в современной социологии маркетинга. Организационная культура и организационное поведение. Сущность понятия организационной культуры. Основные свойства культуры организации. Структура и уровни организационной культуры. Основные компоненты организационной культуры (ценности, коммуникационные системы, внешний вид персонала, трудовая этика и мораль, характер взаимодействия и пр.).

Тема 1.2. Системный подход к изучению организационной культуры

Организационная культура как система. Функции корпоративной культуры в системе управления. Системный подход к исследованию культуры. Слои организационной культуры и их взаимосвязи.

Тема 1.3. Типология организационных культур

Роль типологии организационных культур в их диагностике и анализе. Сильные и слабые культуры, их характеристика. Типологии организационных культур Д. Коула, Ч. Хэнди, М. Бурке, Т. Дил и А. Кекнеди, Ф. Тромпенаарса, К. Камерона и Р. Куинна. Характеристика основных типов. Особенности культуры российских организаций.

Тема 1.4. Кросс-культурные различия и понимание корпоративной культуры в социологии маркетинга и рекламы

Проблемы кросс-культурных различий в международном маркетинге. Базовые критерии международных различий по Г. Хофштедту, Р. Льюису, П. Шихиреву. Типы культур с точки зрения коммуникативных маркетинговых процессов. Особенности российской деловой культуры и ее учет в кросс-культурном управлении маркетингом. Обеспечение эффективной деятельности персонала в международном маркетинге и рекламе.

Второй модуль: Формирование и поддержание корпоративной культуры

Тема 2.1. Факторы, влияющие на особенности организационной культуры

Жизненный цикл организационной культуры. Факторы внешней среды, влияющие на корпоративную культуру. Значение типа и масштаба организации для формирования и развития ее культуры. Факторы внутренней среды. Роль генеральной и кадровой стратегий, системы и практики управления, организационной структуры, технологии, коммуникативной системы, лидерства в процессе формирования, поддержания и изменения организационной культуры. Сила воздействия организационной культуры на поведение людей в организации. Стадии и методы формирования корпоративной культуры. Институционализация культуры организации. Обучение и воспитание персонала в духе корпоративной культуры. Культивирование целей, ценностей, норм, ожиданий. Формирование соответствующей системы управления мотивацией и развития персонала. Формирование имиджа организации.

Тема 2.2. Методы изменения культуры организации

Развитие организации и необходимость изменения корпоративной культуры, Стратегия управления организационной культурой. Механизмы изменения культуры. «Размораживание», изменение и «замораживание» организационной культуры. Антикризисная организационная культура. Основные этапы трансформации корпоративной культуры. Типичные трудности и проблемы, пути их преодоления. Роль лидерства и кадровой политики на фазе создания организационной культуры. Методы поддержания организационной культуры в процессе реализации основных управленческих функций. Корпоративная культура и PR.

Третий модуль: Методы и технологии диагностики организационной культуры**Тема 3.1. Содержание и показатели анализа организационной культуры**

Параметры организационной культуры. Описание и аудит корпоративной культуры. Риск внешнего анализа и аудита. Многомерные измерения культуры организации. Профиль организационной культуры. Методы изучения корпоративной культуры: интервью, анкетирование, наблюдение, изучение документов; исследование сложившейся практики управления, устного фольклора и др. Методика OCAI Камерона и Куинна.

Тема 3.2. Анализ взаимосвязи культуры и стратегии организации

Миссия, стратегия организации; анализ ее ключевых ценностей и целей. Организационная культура как стратегический инструмент управления, ускоритель или тормоз организационного развития. Культура организации как фактор внутренней среды в стратегическом анализе. Анализ кадровой политики и организационной культуры.

Тема 3.3. Оценка влияния организационной культуры на организационную эффективность

Организационная культура как фактор достижения стратегических целей и конкурентоспособности. Анализ воздействия корпоративной культуры на трудовую мотивацию и результативность труда, инновационную активность, развитие персонала, организационный климат, коммуникации, имидж и деловую репутацию. Модель Сате. Модель Питерса-Уотермана. Модель Парсонса. Модель Квина-Рорбаха.

7. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины «Организационная культура» в рамках лекционно-семинарских занятий используются следующие интерактивные формы обучения:

1. Устные опросы по пройденным темам модулей.
2. Тематические дискуссии и диспуты о содержании проблемных вопросов в ходе проведения лекционных и семинарских занятий (для активизации познавательной деятельности и формирования компетенций).
3. Демонстрация информационных материалов с использованием мультимедийных средств с целью более широкого раскрытия учебных тем модулей.

8. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**8.1. Тематика семинарских (практических) занятий****Первый модуль****Тема 1.1. Понятие, структура и содержание организационной культуры**

1. История формирования концепции организационной культуры.
2. Сущность понятия организационной культуры.
3. Организационная культура и организационное поведение.
4. Структура и уровни организационной культуры.
5. Основные компоненты организационной культуры (ценности, коммуникационные системы, внешний вид персонала, трудовая этика и мораль, характер взаимодействия и пр.).

Тема 1.2. Системный подход к изучению организационной культуры

1. Организационная культура как система.

2. Функции корпоративной культуры в системе управления.
3. Слои организационной культуры и их взаимосвязи.

Тема 1.3. Типология организационных культур

1. Роль типологии организационных культур в их диагностике и анализе.
2. Характеристика организационных культур.
3. Методология типологии организационных культур. Характеристика основных типов.
4. Особенности культуры российских организаций.
5. Особенности российского управления маркетингом.

Тема 1.4. Кросс-культурные различия и понимание корпоративной культуры в социологии маркетинга и рекламы

1. Проблемы кросс-культурных различий в международном маркетинге. Базовые критерии международных различий.
2. Типы культур с точки зрения коммуникативных маркетинговых процессов.
3. Обеспечение эффективной деятельности персонала в международном маркетинге и рекламе.

Второй модуль

Тема 2.1. Факторы, влияющие на особенности организационной культуры

1. Жизненный цикл организационной культуры.
2. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на корпоративную культуру.
3. Роль генеральной и кадровой стратегий, системы и практики управления.
4. Воздействие организационной культуры на поведение людей в организации.
5. Стадии и методы формирования корпоративной культуры. Институционализация культуры организации.
6. Культивирование целей, ценностей, норм, ожиданий.

Тема 2.2. Методы изменения культуры организации

1. Развитие организации и необходимость изменения корпоративной культуры.
2. Механизмы изменения культуры.
3. «Размораживание» и «замораживание» организационной культуры.
4. Антикризисное управление организационной культурой.
5. Типичные трудности и проблемы, возникающие при изменении культуры организации; пути их преодоления.
6. Роль лидерства и кадровой политики на фазе создания организационной культуры.
7. Корпоративная культура и PR.

Третий модуль

Тема 3.1. Содержание и показатели анализа организационной культуры

1. Параметры организационной культуры.
2. Анализ рисков.
3. Методы изучения корпоративной культуры: интервью, анкетирование, наблюдение, изучение документов; исследование сложившейся практики управления, устного фольклора и др.
4. Методики оценки организационной культуры.

Тема 3.2. Анализ взаимосвязи культуры и стратегии организации

1. Миссия, стратегия организации; анализ ее ключевых ценностей и целей.
2. Организационная культура как стратегический инструмент управления.
3. Культура организации как фактор внутренней среды в стратегическом анализе.
4. Анализ кадровой политики и организационной культуры.

Тема 3.3. Оценка влияния организационной культуры на организационную эффективность

1. Организационная культура как фактор достижения стратегических целей и конкурентоспособности.
2. Назначение анализа воздействия корпоративной культуры на трудовую мотивацию и результативность организации.
3. Основные аналитические модели оценки воздействия корпоративной культуры на трудовую мотивацию и результативность организации.

8.2. Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы (самоподготовки) по модулям (перечень также может быть использован для выбора по желанию студента инициативных тем для подготовки докладов, сообщений).

1. Организационная культура и сопротивление персонала нововведениям.
2. Основные свойства и функции корпоративной культуры.
3. Формирование организационной культуры.
4. Модель корпоративной культуры Э. Шейна.
5. Поддержание организационной культуры.
6. Влияние организационной культуры на эффективность маркетинговой деятельности организации.
7. Изменение организационной культуры.
8. Имидж организации и корпоративная культура.
9. Построение профиля организационной культуры на основе различных методик.
10. Внешние и внутренние факторы организационной культуры.
11. Новые технологии развития корпоративной культуры.
12. Российская маркетинговая культура и ее особенности.
13. Структурные элементы корпоративной и маркетинговой культуры.
14. Субкультуры и контркультуры в организации.
15. Этапы управления развитием корпоративной культуры.
16. Программно-целевой подход к управлению организационной культурой.
17. Деловая этика как элемент корпоративной культуры.
18. Типологии организационной культуры.
19. Формы и методы управления организационной культурой.
20. Роль корпоративной культуры в стратегическом менеджменте организации.
21. Проблемы изменения культуры организации.
22. Исследование кросс-культурных различий Г. Хофштедта.
23. Типы культур с точки зрения Коммуникативных процессов в международном бизнесе.
24. Корпоративная культура и PR.
25. Зарубежный опыт управления корпоративной культурой.
26. Адаптация новых сотрудников к организационно-культурной среде. Диагностика организаций по главным параметрам корпоративной культуры.
27. Формирование организационной культуры.
28. Поддержание организационной культуры.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**9.1. Основная литература:**

1. Грошев, И.В. Организационная культура: учебник/ И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015. – 535 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119433> (дата обращения: 30.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02384-7. – Текст: электронный (ЭБС).

2. Корсакова, А.А. Организационная культура: учебное пособие: [16+] / А.А. Корсакова, Т.И. Захарова. – Москва : Евразийский открытый институт, 2008. – 190 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90822> (дата обращения: 30.11.2019). – ISBN 978-5-374-00148-8. – Текст: электронный (ЭБС).
3. Морозова, Е.А. Организационная культура: учебное пособие: [16+] / Е.А. Морозова; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2019. – 145 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573816> (дата обращения: 30.11.2019). – Библиогр.: с. 118-121. – ISBN 978-5-8353-2381-4. – Текст: электронный (ЭБС).
4. Семенов, Ю.Г. Организационная культура: учебное пособие / Ю.Г. Семенов. – Москва: Логос, 2006. – 256 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84740> (дата обращения: 30.11.2019). – ISBN 5-98704-108-2. – Текст: электронный (ЭБС).

9.2. Дополнительная литература:

1. Базанова, О.С. Организационное поведение и организационная культура: монография / О.С. Базанова. – Москва: Лаборатория книги, 2012. – 111 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141634> (дата обращения: 30.11.2019). – ISBN 978-5-504-00642-0. – Текст: электронный (ЭБС).
2. Наумов, Н.В. Организационная культура / Н.В. Наумов. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 82 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87525> (дата обращения: 30.11.2019). – Текст: электронный (ЭБС).
3. Яськов, Е.Ф. Теория организации: учебное пособие / Е.Ф. Яськов. – Москва: Юнити, 2015. – 271 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436866> (дата обращения: 30.11.2019). – ISBN 978-5-238-01776-1. – Текст: электронный (ЭБС).

10. РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

Ф СВГУ «Рейтинг-план»

РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.03 «Организационная культура»

Социально-гуманитарный факультет

Курс 2, группа СМиР семестр 3 20__ /20__ учебного года

Преподаватель: Леснов А.В.Кафедра: Социальных и гуманитарных наук

Аттестаци- онный период	№ модуля	Название модуля	Виды работ, подлежащие оценке	Макс. кол-во баллов
1	1	Понятие, структура и содержание организационной культуры	Посещаемость, подготовленность (за 1 занятие)	1
			Участие в дискуссии, ответы на вопросы (за 1 занятие)	10
			Доклад, сообщение (за 1 занятие)	10
2	1,2	Понятие, структура и содержание организационной культуры	Посещаемость, подготовленность (за 1 занятие)	1
			Участие в дискуссии, ответы на вопросы (за 1 занятие)	10
		Формирование и поддержание корпоративной культуры	Доклад, сообщение (за 1 занятие)	10
3	3	Методы и технологии диагностики организационной культуры	Посещаемость, подготовленность (за 1 занятие)	1
			Участие в дискуссии, ответы на вопросы (за 1 занятие)	10
			Доклад, сообщение (за 1 занятие)	10

Рейтинг план выдан

(дата, подпись преподавателя)

Рейтинг план получен

(дата, подпись старосты группы)

11. Приложения

Приложение 1 Ф СВГУ «Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)» (Ф СВГУ «ФОС РПД ФГОС 3++»)

Приложение 2 Методические рекомендации

Приложение 3 Протокол согласования рабочей программы дисциплины с другими дисциплинами

Приложение 4 Лист изменений и дополнений

Приложение 5 Лист визирования рабочей программы дисциплины

Примечание:

При наличии обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ при необходимости разрабатывается адаптированная рабочая программа дисциплины, учитывающая конкретную ситуацию и индивидуальные образовательные потребности обучающегося. Фонды оценочных средств при необходимости также адаптируются с целью оценки достижения запланированных результатов обучения и уровня сформированности компетенций, заявленных в образовательной программе. Материально-техническое обеспечение дисциплины может быть дополнено с учетом индивидуальных возможностей инвалидов и лиц с ОВЗ.

Автор:

Леснов Александр Вадимович,
кандидат философских наук, доцент,
доцент кафедры социальных и гуманитарных наук



подпись

09.01.2020

дата

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук:

Якунина Юлия Евгеньевна,
кандидат психологических наук, доцент



подпись

09.01.2020

дата

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Методические указания (рекомендации) преподавателям по проведению основных видов учебных занятий

В целях активизации мыслительной деятельности студентов, развития способности анализировать научные и практические проблемы необходимо включение в лекцию следующих методов и приемов: элементов диалога, эвристической беседы, групповой дискуссии. Так же возможно использование следующих средств:

1. Включение в лекцию проблемных вопросов, ситуаций, заданий. Такие вопросы можно использовать в конце лекции как задание на следующее занятие. Активность студентов может быть поощрена в рейтинге.
2. Обращение к уже пройденному материалу с целью показать системность тем и понятий как внутри модуля, так и между модулями дисциплины, а также с целью закрепления пройденного.
3. Использование эвристической беседы как тщательно продуманной системы вопросов способствует лучшему усвоению нового материала.
4. Актуализация прежних знаний и опыта студентов в период чтения лекции посредством вопросов, анализа конкретных ситуаций. Рекомендуется задавать вопросы к студентам, требующие приведения социальных примеров, которые могут проиллюстрировать те или иные социальные закономерности.
5. Анализ конкретных ситуаций.
6. Показ значения социологических знаний для будущей специальности студентов.
7. Использование фактических данных.
8. Использование наглядного материала на лекции (иллюстраций, фотографий, кинофильмов и др.).
9. Использование опорных сигналов, опорных тезисов лекций.
10. Введение в содержание лекции научного, профессионального и личного опыта преподавателя: что он считает важным в даваемой информации, почему так утверждает или отрицает что-то, как поступает в таких случаях и многое другое.
11. В работе с основными понятиями тем преподаватель может сам раскрывать содержание основных терминов, выделяя их главные и существенные признаки, показывая иерархическую зависимость между ними. Однако можно применять ряд приемов активного обучения: введение более простого, чем в учебнике, понятия, использование типичных ситуаций, сравнение нескольких точек зрения на тот или иное понятие, ведение словариков понятий.
12. Одним из средств активизации мыслительной деятельности студента являются задания привести пример на основании изложенного лектором материала, соотнести понятия, найти взаимосвязь между понятиями или темами, произвести сравнение.

Проведение семинаров возможно как репродуктивного, так и творческого типов. На таких семинарах обсуждаются и определенные вопросы темы, и различные варианты решения практических ситуационных задач, заданий, проблем, вопросов.

Возможные способы организации работы: фронтальный, групповой, парный, индивидуальный. Методы и приемы: дискуссия, метод «мозговой атаки», анализ и решение практических ситуаций и задач, предложенных как преподавателем, так и разработанных самими студентами, творческие задания, прием аналогий, сравнений, ассоциаций и др.

Многие приемы, используемые для активизации мыслительной деятельности студентов на лекции, могут найти применение и при проведении семинарских занятий.

Главной задачей должно быть не просто воспроизведение материала студентами, но и обсуждение его группой, контроль преподавателем усвоения данного материала студентами,

активизация перехода студентов от научной информации к практике с целью объяснения наблюдаемых явлений с позиции социологии.

Самостоятельная работа - планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Для ее успешного выполнения необходимо планирование и контроль со стороны преподавателей. Преподаватель высшей школы лишь организует познавательную деятельность студентов. Студент сам осуществляет познание.

Для организации и активизации самостоятельной работы студентов рекомендуется:

- на первом занятии знакомить учащихся с рейтинг-планом дисциплины, указывая на долю самостоятельной работы,
- ознакомить студентов со списками основной и дополнительной литературы, Интернет - источниками по дисциплине;
- знакомить учащихся с графиком сдачи самостоятельных работ (конспектов) на проверку;
- поощрять использование студентами при подготовке к семинарским занятиям дополнительной литературы, которой не содержится в рекомендуемом списке (в том числе и рейтинговыми баллами);
- предусмотреть график консультаций преподавателя по самостоятельной работе студентов;
- регулярно контролировать и оценивать самостоятельную работу студентов (тесты, семинары, проверка конспектов и др.).

Методические указания (рекомендации) студентам по изучению дисциплины

На лекциях рекомендуется составлять опорный конспект, фиксировать основные понятия. Помимо этого в преддверии новой лекции рекомендуется обратиться к конспекту предыдущей, зафиксировать непонятые разделы с тем, чтобы обратиться к лектору за пояснениями или к рекомендованной литературе для самостоятельного прояснения трудностей.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны демонстрировать умение самостоятельно искать необходимую информацию и пользоваться источниками, подобранными самостоятельно. Использование дополнительной литературы учитывается при оценке доклада студента на семинаре и влияет, таким образом, на его рейтинг. При подготовке к семинару следует повторять материал, излагаемый на лекции и пройденный на предыдущих семинарах для формирования целостного представления об изучаемом предмете. При самостоятельной работе рекомендуется так же составлять схемы, подбирать примеры под изучаемый теоретический материал, т.к. это позволит освоить его прочнее.

В течение семестра студентам так же рекомендуется самостоятельно составлять словарик основных понятий курса, по мере изучения дисциплины.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ (МОДУЛЯМИ)**

Наименование базовых дисциплин и разделов (тем), усвоение которых необходимо для данной дисциплины (модуля)	Предложения базовым дисциплинам (модулям) об изменениях в пропорциях материала, порядок изложения, введение новых тем курса и т.д.
«Социология коммуникаций»	Соотнести вопросы о ценностно-нормативной регуляции в сообществах.
«Социология культуры»	Соотнести вопросы о феномене и содержании организационной культуры с культурой как общеисторическим феноменом.

Ведущие лекторы:

_____ (*Баран*) (*Баранова А.В.*)
 _____ (*Левин*) (*Левин С.В.*)

Приложение 4

Лист изменений и дополнений на 20__/20__ учебный год

в рабочую программу дисциплины (модуля)
Б1.В.03 «Организационная культура»

Направление подготовки (специальности):
39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки (специализация):
«Социология маркетинга и рекламы»

1. В рабочую программу дисциплины вносятся следующие изменения:

2. В рабочую программу дисциплины вносятся следующие дополнения:

Автор:

Леснов Александр Вадимович,
кандидат философских наук, доцент,
доцент кафедры социальных и гуманитарных наук

подпись

дата

Рабочая программа учебной дисциплины пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальных и гуманитарных наук, протокол №__ от _____ 20__ г.

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук:

Якунина Юлия Евгеньевна,
кандидат психологических наук, доцент

подпись

дата

Приложение 5

**Лист визирования
рабочей программы дисциплины (модуля)**

Рабочая программа по дисциплине **Б1.В.03 «Организационная культура»**
проанализирована и признана актуальной для использования на 20___/20___ учебный год.

Протокол заседания кафедры социальных и гуманитарных наук от
«___»_____20___ г.

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук:
Юлия Евгеньевна Якунина,
кандидат психологических наук, доцент

подпись

дата