

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО  
«ВИЩІЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ  
ТА СОЦІАЛЬНИХ НАУК**



МАУП

**Кафедра журналістики**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор навчально-наукового  
інституту психології  
та соціальних наук

Я.М. Раєвська

28 серпня 2024 р.



Схвалено на засіданні кафедри  
журналістики

Протокол № 1 від 28 серпня 2024 р.

Завідувач кафедри журналістики

С.С. Бойко

(підпис)

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА МЕДІА**

спеціальності:

061 «Журналістика»

(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня

магістр

(назва освітнього рівня, ОКР)

освітньої програми:

«Журналістика»

(шифр і назва освітньої програми)

Київ, МАУП-2024

**Розробник силябусу навчальної дисципліни:**

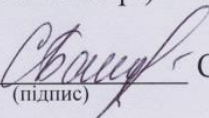
*Каліна Ірина Іванівна*, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту

**Викладач:**

*Каліна Ірина Іванівна*, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту

Силябус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики (протокол № 1 від 28 серпня 2024 р.)

Завідувач кафедри

  
(підпис)

С.С. Бойко

Силябус погоджено з гарантом (керівником) освітньої програми 061 Журналістика  
(назва освітньої програми)

28 серпня 2024 р.

Керівник (гарант) освітньої програми

  
(підпис)

О.Г. Штепенко

Силябус перевірено  
29 серпня 2024 р.

Заступник директора

  
(підпис)

Т.В. Нич

Пролонговано:

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_;

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_;

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_;

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_.

## 1. Загальна інформація про навчальну дисципліну

|                              |                                                                                                                                                                               |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Назва навчальної дисципліни  | <i>Корпоративна культура та медіа</i>                                                                                                                                         |
| Шифр та назва спеціальності  | 061 – журналістика                                                                                                                                                            |
| Рівень вищої освіти          | другий (магістерський) рівень вищої освіти)                                                                                                                                   |
| Статус дисципліни            | обов'язкова                                                                                                                                                                   |
| Кількість кредитів і годин   | 3 кредити/90 год.<br>Лекції: 20 год.<br>Семінарські: 14 год.<br>Самостійна робота: 56 год.                                                                                    |
| Терміни вивчення дисципліни  | 2 семестр                                                                                                                                                                     |
| Вид підсумкового контролю    | залік                                                                                                                                                                         |
| Сторінка дисципліни на сайті | <a href="https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/imvsn/kafedra-zhurnalistiki.html">https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/imvsn/kafedra-zhurnalistiki.html</a> |

## 2. Загальна інформація про викладача

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| П.І.Б. викладача                                        | <i>Каліна Ірина Іванівна</i>                                                                                                                                                                                                                       |
| Науковий ступінь                                        | Доктор економічних наук                                                                                                                                                                                                                            |
| Вчене звання                                            | Професор                                                                                                                                                                                                                                           |
| Посада                                                  | Професор кафедри журналістики                                                                                                                                                                                                                      |
| Дисципліни, які викладає НПП                            | <u>Для магістрів:</u> Корпоративна культура та медіа.<br><u>Для бакалаврів:</u> Теорія реклами та зв'язків з громадськістю, Медіаменеджмент, Іміджологія                                                                                           |
| Напрями наукових досліджень                             | Економіка, бізнес, корпоративна культура, імідж                                                                                                                                                                                                    |
| Посилання на реєстри ідентифікаторів для науковців      | <a href="https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&amp;user=NxWTlqcAAAAJ">https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&amp;user=NxWTlqcAAAAJ</a><br><a href="https://orcid.org/0000-0001-5662-6967">https://orcid.org/0000-0001-5662-6967</a> |
| Додаткові ресурси                                       |                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <i>Контактна інформація викладача:</i>                  |                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Email                                                   | kalinargz@gmail.com (особистий)                                                                                                                                                                                                                    |
| контактний телефон                                      | +38-067- 682-34-84                                                                                                                                                                                                                                 |
| телефон кафедри                                         | 73-98                                                                                                                                                                                                                                              |
| Порфоліо викладача на сайті кафедри/ Інституту/Академії | <a href="https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/imvsn/kafedra-zhurnalistiki/holod.html">https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/imvsn/kafedra-zhurnalistiki/holod.html</a>                                                          |

### 3. Структура курсу

**3.1. Анотація навчальної дисципліни.** Після вивчення дисципліни «Корпоративна культура та медіа» здобувачі вищої освіти знатимуть: основні елементи та моделі корпоративної культури та медіа, 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, умови створення корпоративного видання; особливості створення корпоративного телебачення і корпоративне радіо; елементи фірмового стилю; особливості формування логотипу організації (підприємства).

Вмітимуть: 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 внутрішньо-корпоративні ЗМІ для розвитку корпоративної культури, здійснювати аналіз сутності корпоративних видань, досліджувати умови створення корпоративного видання на підприємстві (організації), характеризувати переваги корпоративного телебачення, доводити необхідність застосування радіо для створення та підтримання корпоративної культури, обґрунтовувати вибір елементів фірмового стилю, аналізувати особливості формування логотипу організації (підприємства).

**3.2. Мета:** 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.

**3.3. Завдання:** засвоєння основних ознак та особливостей формування корпоративної культури на підприємстві (організації); оволодіння навичками застосування різних видів медіа для формування і розвитку корпоративної культури.

**3.4. Академічна доброчесність.** У своїй діяльності з реалізації державної політики у сфері якості освіти дотримуватись зазначених в «Кодексі академічної доброчесності Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» основних принципів та фундаментальних цінностей академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин.

#### **Завдання:**

- сформулювати уявлення про роль і місце академічної доброчесності у науковій і освітній діяльності;
- ознайомити аспірантів із нормативно-правовою базою з проблем дотримання норм академічної доброчесності;
- сформулювати вміння застосовувати отримані знання зі сфери академічної доброчесності у науково-дослідній роботі;
- сприяти формуванню навичок коректної роботи з джерелами інформації та адекватного покликання на них у процесі наукового дослідження;
- надати інформацію про механізми контролю за дотриманням принципів та правил академічної культури й чесності.

### 4. Формат курсу: очний (offline).

## **5. Програмні результати навчання (загальні, фахові компетентності):**

*У результаті вивчення дисципліни здобувач повинен набути такі компетентності:*

### ***Загальні компетентності***

ЗК 01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК 03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

ЗК 04. Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово

ЗК 05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

СК 03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.

СК 04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.

СК 05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефаківців, зокрема до осіб, які навчаються.

### ***Фахові компетентності***

*Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі повинні:*

ПН 01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.

ПН 02. Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.

ПН 03. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, базу даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.

ПН 04. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій, пошуку та аналізу відповідної інформації.

ПН 06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.

ПН 07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.

ПН 10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіа установ та інституцій.

ПН 11. Брати продуктивну участь у розробленні проектів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

ПН 13. Організовувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

**6. Тривалість курсу:** 90 годин (3 кредити ЕКТС), з них: 34 години аудиторної роботи; 56 годин – самостійної роботи, залік – 2 години.

**7. Статус дисципліни:** обов'язкова.

**8. Пререквізити:** курс «Корпоративна культура та медіа» базується на теоретичних знаннях основ реклами, технологічних та інформаційних компонентів, їх місце серед інших новітніх технологій. Вона є продовженням дисципліни «Основи менеджменту», «Практика рекламної діяльності», «Практика піар діяльності».

## 9. Структура навчальної дисципліни

| № з/п | Тема                                                                                     | Кількість годин |    |      |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----|------|
|       |                                                                                          | ауд.            |    | сам. |
|       |                                                                                          | лк              | пз |      |
| 1.    | Основи корпоративної культури                                                            | 2               | —  | 6    |
| 2.    | Типологія корпоративної культури                                                         | 2               | 2  | 6    |
| 3.    | Умови розвитку корпоративної культури                                                    | 2               | 2  | 6    |
| 4.    | Культура управління                                                                      | 2               | 2  | 6    |
| 5.    | Корпоративні медіа як засоби комунікації                                                 | 2               | 2  | 8    |
| 6.    | Корпоративні друковані медіа                                                             | 2               | 2  | 8    |
| 7.    | Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо | 4               | 2  | 8    |
| 8.    | Розробка фірмового стилю організації (підприємства)                                      | 4               | 2  | 8    |
| Разом |                                                                                          | 20              | 14 | 56   |

**10. Технічне й програмне забезпечення /обладнання.** Програми та сервіси для перевірки оригінальності текстів (Unichek). Ознайомитися із наявними в Академії програмами і сервісами можна: корп. №24: Семенець-Орлова Інна Андріївна.

### 11. Політика курсу:

- Передбачає роботу в команді.
- Клімат в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної самоіронії.
- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності.
- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.

**12. Зміст дисципліни:** курс складається з двох змістових модулів. Кожен модуль, у свою чергу, складається з лекційної та семінарської частин:

- змістовий модуль 1 «Основи, типологія та умови розвитку корпоративної культури» (лекційні теми 1-4, семінарські теми 1, 2, 3, 4);
- змістовий модуль 2 «Основні корпоративні медіа та їх корпоративна культура» (лекційна тема 5-8, семінарські теми 5-8).

### 13. Форми і методи навчання

Основними видами навчальних аудиторних занять є лекції, семінарські заняття, консультації.

При викладанні *лекційного матеріалу* передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як лекції-бесіди, лекції-візуалізації.

*Лекція-бесіда* забезпечує безпосередній контакт викладача з аудиторією і дозволяє привернути Вашу увагу до найбільш важливих питань теми лекції, визначити у процесі діалогу особливості сприйняття навчального матеріалу. Ви маєте можливість обмірковувати поставлені запитання, робити самооцінку рівня своєї підготовки, навчитися самостійно формулювати висновки і узагальнення.

*Лекція-візуалізація* включає візуальну форму подачі лекційного матеріалу технічними засобами навчання. Читання такої лекції зводиться до розгорнутого або короткого коментування викладачем візуальних матеріалів, що переглядаються.

При проведенні *семінарських занять* передбачено поєднання таких форм і методів навчання як робота у малих групах, рольові ігри, дискусія, публічний виступ, групові проекти та кейс-завдання.

Ви працюєте з інформацією вдома, зокрема з використанням мережі Інтернет (див. *рекомендовану літературу*), під час занять виконуєте усні та письмові завдання, виступаєте з доповідями і презентаціями, підготовленими як групою так і індивідуально, моделюєте поведінку у конкретних професійних ситуаціях. Програмою курсу передбачено такі проекти:

- Виступ за темою індивідуального завдання (*тематика і критерії оцінювання див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п. 7.3*).
- Виступ-інформування за темами семінарських занять.

**14. Оцінювання знань** здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (<https://drive.google.com/file/d/1ENRncPY-dU2qLke7awVKn1OdfG88Hg8D/view>).

Система оцінювання навчальних досягнень

| Вид діяльності студента                                                                       | Максимальна к-сть балів за одиницю | Модуль 1          |                             | Модуль 2          |                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
|                                                                                               |                                    | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів |
| Відвідування лекцій                                                                           | 1                                  | 4                 | 4                           | 4                 | 4                           |
| Відвідування семінарських занять                                                              | 1                                  | 3                 | 3                           | 4                 | 4                           |
| Робота на семінарському занятті                                                               | 10                                 | 3                 | 30                          | 4                 | 40                          |
| Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)                                   | -                                  | -                 | -                           | -                 | -                           |
| Виконання завдань для самостійної роботи                                                      | 5                                  | 2                 | 10                          | 2                 | 10                          |
| Виконання модульної роботи                                                                    | 25                                 | 1                 | 25                          | 1                 | 25                          |
| Виконання ІНДЗ                                                                                | 30                                 | -                 | -                           | -                 | -                           |
| Разом                                                                                         |                                    |                   | 72                          | -                 | 83                          |
| Максимальна кількість балів: $72 + 83 = 155$                                                  |                                    |                   |                             |                   |                             |
| $155: 100 = 1,55$ . Студент набрав X балів. Розрахунок: $X : 1,55 =$ загальна кількість балів |                                    |                   |                             |                   |                             |

#### 15. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Під час вивчення курсу виконуються 4 самостійні роботи (завдання до самостійної роботи див.: *Робоча навчальна програма дисципліни, п.п.7.2*).

##### **Критерії оцінювання:**

- змістовність – 3 бали;
- відповідність темі та вимогам оформлення – 2 бали.

Максимальна кількість балів за самостійну роботу – **5 балів**.

#### 16. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. Максимальна кількість балів – 25 балів.

## **17. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання:**

*Залік.*

Складається письмово. Залік проводиться у формі відповідей на питання екзаменаційного білету за вивченими темами та включає два теоретичних питання та одного ситуаційного. Це застосовується з метою перевірки сформованості конкретних навичок і вмінь з дисципліни «Корпоративна культура та медіа».

Модульний контроль знань здобувачів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

**ЗАГАЛЬНА ПІДСУМКОВА ОЦІНКА** (в балах) = результати поточної роботи + результати заліку.

## **18. Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю**

1. Сутність і основні елементи корпоративної культури.
2. Ключові ознаки корпоративної культури.
3. Структура корпоративної культури.
4. Основні положення корпоративної культури. Задачі та структурні елементи корпоративної культури.
5. Елементи корпоративної культури, що визначають фінансову успішність компанії.
6. Характеристика суб'єктивних і об'єктивних елементів корпоративної культури.
7. Функції корпоративної культури. Характеристика функцій корпоративної культури.
8. Реалізація функцій корпоративної культури.
9. Моделі корпоративної культури.
10. Порівняльна оцінка моделей корпоративної культури. Модель Едгара Шейна та Модель Ф. Харріса і Р. Морана.
11. Цінносно-нормативна модель корпоративної культури.
12. Іміджева модель корпоративної культури.
13. Відмінні особливості корпоративної культури різних країн світу.
14. Американська (протестантизм) корпоративна культура.
15. Японська (буддизм) корпоративна культура.
16. Арабська (іслам) корпоративна культура.
17. Типологія Джеффри Зонненфельда.
18. Характеристика типів корпоративної культури: бейсбольна команда; клубна культура; академічна культура; оборонна культура.
19. Типологія К. Камерона і Р. Куїнна.
20. Характеристика типів корпоративної культури: Кланова (сімейна) культура; адхократична культура; ринкова культура; ієрархічна (бюрократична) культура; матриця вимірів корпоративної культури.
21. Типологія Ч. Хенді: культура влади; культура ролі; культура задачі; культура особистості.
22. Типи культур по У. Оучі.
23. Класифікація різних видів корпоративної культури по Беку-Коуену.
24. Відмінності у корпоративних культурах: «мачо», «культура плідотворної праці», «культура інвестицій», «культура процесу».
25. Формування і підтримка корпоративної культури.
26. Ознаки корпоративної культури.
27. Напрямки та етапи формування корпоративної культури.
28. Заходи підтримки корпоративної культури.
29. Зміна корпоративної культури. Умови, що потребують зміни корпоративної культури.
30. Складові щодо створення корпоративної культури.
31. Характеристика факторів, що впливають на зміни корпоративної культури.

32. Основні ознаки поняття субкультура.
33. Види субкультур на підприємстві (організації).
34. Специфіка поведінки, що має субкультура.
35. Контркультура. Елементи управління субкультурою.
36. Різні види норм поведінки на підприємстві.
37. Типології форм трудової поведінки.
38. Формальні й неформальні правила поведінки.
39. Статус стандартів корпоративної поведінки.
40. Мотивація працівників.
41. Ознаки поняття мотивації.
42. Основні мотиватори діяльності людини.
43. Найбільш розповсюджені варіанти мотивації діяльності людини.
44. Нематеріальна мотивація діяльності людини.
45. Класифікація типів мотивації працівників.
46. Роль керівника в побудові організаційної культури.
47. Фактори ефективної взаємодії керівника з підлеглими.
48. Класифікація стилів керівництва по Курту Левіну: авторитарний стиль; демократичний стиль; ліберальний стиль.
49. Якості керівника щодо сильної корпоративної культури.
50. Сутність та типологія корпоративних медіа.
51. Основні цілі корпоративних медіа.
52. Види корпоративних медіа.
53. Класифікація типів корпоративних медіа.
54. Фактори підвищення ефективності корпоративних ЗМІ.
55. Історичний аспект розвитку корпоративних медіа.
56. Основні періоди розвитку європейських корпоративних видань: спорадичний період; період скромного розвитку корпоративної преси; період активного розвитку корпоративних видань; період сучасних корпоративних видань.
57. Внутрішньо-корпоративні ЗМІ.
58. Зміни кількості каналів комунікацій на підприємстві.
59. Перелік внутрішньо-корпоративних засобів масової інформації.
60. Задачі, які виконуються внутрішніми корпоративними ЗМІ на підприємстві.
61. Сутність корпоративних видань.
62. Ключові ознаки корпоративних видань. Класифікація корпоративних видань. Відмінності корпоративних видань від будь-яких інших видань.
63. Типи корпоративних видань.
64. Внутрішньо-корпоративні видання (новостні, підсумково-подієві).
65. Видання для зовнішньої аудиторії. Галузеві видання. Івент-видання.
66. Умови створення корпоративного видання.
67. 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.
68. Основні складові корпоративного телебачення.
69. Фактори, що впливають на ефективність корпоративних аудіовізуальних комунікацій.
70. Вплив корпоративного телебачення на аудиторію. Переваги корпоративного телебачення.
71. Проблеми корпоративного телебачення.
72. Основні задачі корпоративного радіо.
73. Основні елементи радіомовлення.

74. Функції звукових заставок.
75. Переваги корпоративного радіо.
76. Недоліки корпоративного радіо.
77. Ознаки корпоративного радіожурналу.
78. Структура корпоративного радіожурналу.
79. Рубрики корпоративного радіожурналу та їх тематичні напрямки. Компоненти рубрики.
80. Сутність елементів фірмового стилю.
81. Місця розташування елементів фірмового стилю.
82. Функції фірмового стилю.
83. Товарний знак, Слоган. Фірмова гама кольорів.
84. Основні переваги фірмового стилю.
85. Особливості формування логотипу організації (підприємства).
86. Логотип.
87. Етапи розробки логотипу: збір інформації; концепція й ескізування; вимальовування ідеї логотипу; підбір шрифту; підбір кольору; затвердження логотипу; оформлення носіїв логотипу; розробка брендбуку.
88. Оформлення бренд буку.
89. Основна мета створення брендбуку.
90. Елементи брендбуку: базові, ділові, рекламні, сувенірні.

#### 19. Шкала відповідності оцінок

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою                              |                                                             |
|----------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
|                                              |             | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики         | для заліку                                                  |
| 90 - 100                                     | A           | відмінно                                                   | зараховано                                                  |
| 82-89                                        | B           | добре                                                      |                                                             |
| 75-81                                        | C           |                                                            |                                                             |
| 68-74                                        | D           | задовільно                                                 |                                                             |
| 60-67                                        | E           |                                                            |                                                             |
| 35-59                                        | FX          | незадовільно з можливістю повторного складання             | не зараховано з можливістю повторного складання             |
| 1-34                                         | F           | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

#### 20. Рекомендовані джерела (література):

##### *Основна (базова):*

1. Бойчук І.В., Басій Н.Ф. Етика в рекламній та PR-діяльності: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2019. 203 с.
2. Волошенко М., Азаркіна О. Психологія професійного спілкування. Херсон: Олді-плюс, 2021. 280 с.
3. Корпоративна культура: навч. посібник / Г.М. Захарчин, Н.П. Любомудрова, Р.О. Винничук, Н.В. Смолінська. – Львів: Новий світ-2000, 2016. – 342 с.
4. Повалій Т.Л. Івент-менеджмент: навчальний посібник / Т.Л. Повалій, Н.Д. Світайло. – Суми: Сумський державний університет, 2021. – 198 с.
5. Олтаржевський Д. Історичні особливості становлення корпоративних медіа в Україні та світі // Вісник Львівського університету / Дмитро Олтаржевський. Серія Журналістика. 2021. Випуск 49. С. 128-141.

6. Отенко І.П. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія [Електронний ресурс] / І.П. Отенко, М.І. Чепелюк. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 243 с.

#### *Додаткова*

1. Золотаревич І., Біденко С. Репутаційний антистрес. Інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу. Київ, 2021. 224 с.
2. Лі Річ. Міфи про PR. Київ, 2020. 272 с.
3. Natalia Zykun, Yana Zoska, Vilena Voronova, Diana Fayvishenko, Yuliia Kyiashko, Alina Kumachova Managing consumer behaviour through social communications // Estudios de Economia Aplicada/ Volumen: 39-3, No 3, 2021.
4. Даниліна О.В., Каліна І.І., Штепенко. Інтеграція міжкультурних комунікацій у вітчизняний освітній процес. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. № 45. Дрогобич., 2021. Т. 1 с.194-199.
5. Каліна І.І., Хайдарова Т.М., Сабірова І.М. Механізм впливу цифрової маркетингової комунікації на споживача в умовах військового стану країни. . МАУП. Економічні науки. 2023. Вип. 3 (70). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. С. 52-57. <https://doi.org/10.32689/2523-4536/70-8>
6. Каліна І.І., Даниліна О.В. Функціонування регіональних засобів масової інформації в небезпечних та карантинних умовах. МАУП. Філологічні науки. 2023. Вип. 1 (68). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. С. 64-68. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.1.10>
7. Білик Н. Корпоративна культура закладу вищої освіти / Надія Білик // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2020. – Вип. 25. – С. 80-87.
8. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко. – Полтава: ПолтНТУ, 2018. – 208 с.
9. Юргутіс І.А. Основи менеджменту: Навч. посібник./ І.А. Юргутіс. – Київ: Освіта, 2020. – 254 с.
10. K Weerts, W Vermeulen, S Witjes. On corporate sustainability integration research: analysing corporate leaders' experiences and academic learnings from an organisational culture perspective. Journal of cleaner production Volume 203, 1 December 2018, Pages 1201-1215.
11. O. Khilukha, A. Levchuk, A. Maksymchuk. Corporate Culture: Technology of its Formation. Vol 3 No 11 (2017): Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Economics and enterprises management.

#### *Інформаційні ресурси в Інтернеті*

1. Асоціація корпоративних медіа України: веб-сайт. URL: <http://www.acmu.com.ua/>
2. Блог агентства Hoshva PR: веб-сайт. URL: <http://hoshvaprr.com.ua/blog/>
3. ВГО «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю» (PR-Ліга): веб-сайт. URL: <http://www.pr-liga.org.ua/2/2>
4. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Навчальна «Корпоративна культура та корпоративні медіа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4263>.
5. Сервер Верховної Ради України: <http://www.rada.gov.ua/>
6. Нормативні акти України: [www.nau.kiev.ua/](http://www.nau.kiev.ua/)
7. Ціннісно-етичне регулювання журналістської діяльності в Україні: Автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 / О.Д. Кузнецова; Київ. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 1999. – 40 с. // <http://www.lib.uanet.net/inode/40135.html>
8. Кузнецова О.Д. Журналістська етика. Он-лайн-журналістика // [www.mediakrytyka.info/drukovani/merezheva-etyka-zhurnalistiv.html](http://www.mediakrytyka.info/drukovani/merezheva-etyka-zhurnalistiv.html)

## «Корпоративна культура та медіа»

самостійна робота – 56 год., модульний контроль – 2 год.

|                          |                                                                                                                            |                                  |                                       |                     |                                                        |                              |                                                                                          |                                                     |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Кількість балів          | 155 балів                                                                                                                  |                                  |                                       |                     |                                                        |                              |                                                                                          |                                                     |
| Модулі                   | Змістовий модуль I                                                                                                         |                                  |                                       |                     | Змістовий модуль II                                    |                              |                                                                                          |                                                     |
| Назва модуля             | Основи, типологія та умови розвитку корпоративної культури                                                                 |                                  |                                       |                     | Основні корпоративні мадіа та їх корпоративна культура |                              |                                                                                          |                                                     |
| Теми лекцій              | Основи корпоративної культури                                                                                              | Типологія корпоративної культури | Умови розвитку корпоративної культури | Культура управління | Корпоративні мадіа як засоби комунікації               | Корпоративні друковані мадіа | Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо | Розробка фірмового стилю організації (підприємства) |
| Відвідування лекцій      | 1 (1 бал.)                                                                                                                 | 2 (1 бал.)                       | 3 (1 бал.)                            | 4 (1 бал.)          | 5 (1 бал.)                                             | 6(1 бал.)                    | 7(1 бал.)                                                                                | 8 (1 бал.)                                          |
| Теми семінарських занять | —                                                                                                                          | Типологія корпоративної культури | Умови розвитку корпоративної культури | Культура управління | Корпоративні мадіа як засоби комунікації               | Корпоративні друковані мадіа | Формування корпоративної культури в організації (підприємстві) через телебачення і радіо | Розробка фірмового стилю організації (підприємства) |
| Відвідування сем. занять | —                                                                                                                          | 1 (1 бал.)                       | 2 (1 бал.)                            | 3 (1 бал.)          | 4 (1 бал.)                                             | 5 (1 бал.)                   | 6(1 бал.)                                                                                | 7(1 бал.)                                           |
| Робота на сем. занятті   | 30 балів                                                                                                                   |                                  |                                       |                     | 40 балів                                               |                              |                                                                                          |                                                     |
| Лабораторна робота       | —                                                                                                                          | —                                | —                                     | —                   | —                                                      | —                            | —                                                                                        | —                                                   |
| Самостійна, робота       | 1 (5 балів) - 2*5=10                                                                                                       |                                  |                                       |                     | 2 (5 балів) 2*5=10                                     |                              |                                                                                          |                                                     |
| Поточний контроль        | Модульна контрольна робота №1 (25 балів)                                                                                   |                                  |                                       |                     | Модульна контрольна робота №2 (25 балів)               |                              |                                                                                          |                                                     |
| Разом                    | 4+3+30+10+25=72                                                                                                            |                                  |                                       |                     | 4+4+40+10+25=83                                        |                              |                                                                                          |                                                     |
| Підсумковий контроль     | 72+83=155; Розрахунковий коефіцієнт: 155:100=1,55. Здобувач набрав Х балів.<br>Розрахунок: Х:1,55=загальна кількість балів |                                  |                                       |                     |                                                        |                              |                                                                                          |                                                     |