

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Назва показників	Характеристика
Повна назва дисципліни	Корпоративна культура
Викладацький склад	Бойко А.І., доктор філософських наук, професор
Напрямок підготовки	6.050103 – «Програмна інженерія» (Програмне забезпечення систем)
Кількість годин / кредити ECTS	120 годин / 4 кредити
Опис	<p>Викладання курсу <i>"Корпоративна культура"</i> відповідає меті гуманізації вищої освіти; сприяє формуванню в свідомості українських студентів нових етичноорієнтованих установок щодо ведення бізнесу, нормативних соціально направлених регуляторів сучасної підприємницької діяльності. Курс <i>"Корпоративна культура"</i> формує усвідомлення необхідності існування корпоративної культури підприємства, вказує на зв'язок економічного розвитку підприємницької структури та рівня внутрішньої культури корпорації. Корпоративна культура повинна відповідати як інтересам кожної людини, конкретної особистості, так і загальній меті існування даного підприємства. Тематика курсу направлена на розвиток інтелектуальних, професійних, етичних якостей студентів, що будуть фахівцями в сфері виробництва чи управління. В процесі викладання курсу <i>"Корпоративна культура"</i> студенти опановують основні поняття, ознайомлюються з різними векторами формування корпоративної культури, вивчають ключові моменти в розвитку культури підприємства.</p> <p>Метою курсу є надання системи знань про закономірності розвитку і формування культури корпорації, надати практичні навички щодо ведення переговорів, організації праці, створення мікроклімату тощо, сформувати оціночний і інформаційний аспект свідомості сучасного студента. Розв'язання економічних проблем підприємства мають відбуватися в тісному зв'язку з вирішенням соціальних питань як на рівні всього суспільства, так і на рівні окремого підприємницького циклу, що вимагає вироблення</p>

	<p>відповідної стратегії, яка, у свою чергу, потребує чіткого осмислення місця і ролі культури в житті суспільства і особи.</p> <p>Задачі курсу - через вивчення і ґрунтовне знання філософських та гуманістичних засад розуміння і тлумачення культури сформувати як науковий світогляд студентської молоді, так і високий рівень культури особистості, сприяти становленню моральних якостей громадянина України, майбутнього управлінця і керівника, толерантного ставлення до інших. Оволодіння основними термінами та поняттями <i>корпоративної культури</i> на рівні відтворення, тлумачення та використання в повсякденному житті; набуття навичок та вмінь застосування отриманих знань для визначення лінії особистої поведінки в умовах економічних змін сьогодення.</p> <p>Предметом курсу є закономірності формування і розвиток, методологія сучасної і ефективної культури підприємства.</p> <p>Курс базується на філософсько-методологічній базі; в процесі викладання використовуються філософські, політологічні, соціологічні, психологічні джерела і матеріали.</p> <p>Робочу програму курсу "Культурологія" узгоджено з програмами з курсів соціологія, психологія, філософія.</p>
Нормативна або за вибором	вибіркова
Мова	українська
Підсумковий контроль	залік в першому семестрі 3 курсу
Навчальний рік	2016/2017

Міністерство освіти і науки України
Черкаський державний технологічний університет
Кафедра філософії

“Затверджую”
проректор з навчальної роботи

(прізвище, ініціали)
“ ___ ” _____ 200_ р.

ПРОГРАМА

НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
“КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА”

Для спеціальності
6.050103 – «Програмна інженерія» (Програмне забезпечення систем)

Укладач д.філос.н., доцент Бойко А.І.

Затверджена
на засіданні кафедри
філософії,
протокол №1
від ___ серпня 20__ р.

Черкаси – 20__

Актуальність дисципліни. Курс «Корпоративна культура» спрямований на формування сучасного світогляду через знайомство з теоретичними основами з проблемами становлення культури підприємництва як галузі знань і сфери діяльності. **Курс «Корпоративна культура»** - повинен надати загальне уявлення про механізми формування і використання принципів корпоративної культури для ведення бізнесу.

Курс " Корпоративна культура " формує усвідомлення необхідності існування корпоративної культури підприємства, вказує на зв'язок економічного розвитку підприємницької структури та рівня внутрішньої культури корпорації. Корпоративна культура повинна відповідати як інтересам кожної людини, конкретної особистості, так і загальній меті існування даного підприємства. Тематика курсу направлена на розвиток інтелектуальних, професійних, етичних якостей студентів, що будуть фахівцями в сфері виробництва чи управління. В процесі викладання курсу " Корпоративна культура" студенти опановують основні поняття, ознайомлюються з різними векторами формування корпоративної культури, вивчають ключові моменти в розвитку культури підприємства.

Метою курсу є надання системи знань про закономірності розвитку і формування культури корпорації, надати практичні навички щодо ведення переговорів, організації праці, створення мікроклімату тощо, сформувані оціночний і інформаційний аспект свідомості сучасного студента.

Розв'язання економічних проблем підприємства мають відбуватися в тісному зв'язку з вирішенням соціальних питань як на рівні всього суспільства, так і на рівні окремого підприємницького циклу, що вимагає вироблення відповідної стратегії, яка, у свою чергу, потребує чіткого осмислення місця і ролі культури в житті суспільства і особи.

Задачі курсу - через вивчення і ґрунтовне знання філософських та гуманістичних засад розуміння і тлумачення культури сформувані як науковий світогляд студентської молоді, так і високий рівень культури особистості, сприяти становленню моральних якостей громадянина України, майбутнього управлінця і керівника, толерантного ставлення до інших. Оволодіння основними термінами та поняттями *корпоративної культури* на рівні відтворення, тлумачення та використання в повсякденному житті; набуття навичок та вмінь застосування отриманих знань для визначення лінії особистої поведінки в умовах економічних змін сьогодення.

Предметом курсу є закономірності формування і розвиток, методологія сучасної і ефективної культури підприємства.

Курс базується на філософсько-методологічній базі; в процесі викладання використовуються філософські, політологічні, соціологічні, психологічні джерела і матеріали.

Робочу програму курсу "Культурологія" узгоджено з програмами з курсів соціологія, психологія, філософія.

Програма навчальної дисципліни

1. Корпоративна культура, її принципи та ознаки.
1. Функції корпоративної культури.
2. Внутрішнє і зовнішнє середовище корпорації та круг суб'єктів її інтересів.

Тема II. Імідж підприємства. Проблеми формування іміджу.

1. Імідж та місія підприємства, мета їх створення.
2. Проблеми виявлення справжнього іміджу підприємства.
3. Складові частини іміджу (пабліситі, реклама, промоушн).

Тема III. Місце зв'язків з громадськістю в підприємницькій діяльності. Стратегія роботи зі ЗМІ.

1. Суть та вивчення громадської думки.
2. Складові частини зв'язків з громадськістю.
3. Зв'язки із засобами масової інформації: методика використання.

Тема IV. Структурні елементи культури підприємницької діяльності. Культура організації та умов праці, вимір і оцінка їх рівня.

1. Основні поняття та їх зміст.
2. Системи з вертикальними і горизонтальними комунікаціями та сприйняття людини в них.
3. Поняття “контекстуальних навичок” та їх цінність.

Тема V. Структурні елементи культури підприємницької діяльності. Культура управління. Вимоги до керівників і підлеглих. Соціальні вимоги до ведення бізнесу.

1. Поняття і використання “інженерної психології” та ергономіки.
2. Безпека праці і її формування.
3. Моделі об'єктів управління.
4. Методи отримання знань про особистість.
5. Економічні критерії соціальної направленості бізнесу.

Тема VI. Культура ділових комунікацій. Принципи ділового спілкування.

1. Культура і методика проведення нарад.
2. Культура винесення покарання і звільнення.
3. Культура ділового спілкування (візитівка, телефонні переговори, публічні виступи).

Тема VII. Управління корпоративною культурою. Методики виміру і дослідження. Роль досліджень в процесі формування корпоративної культури.

1. Соціально-психологічні основи впливу і переконання.
2. Етапи управління корпоративною культурою.
3. Організація вирішення проблем по вдосконаленню і розвитку корпоративної культури.

Тема VIII. Антикризова культура. Субкультури підприємства.

1. Типологія криз.
2. Управління з метою попередження кризових ситуацій.
3. Управління в умовах кризи.
4. Поняття “команди”, фактори формування команди.
5. Правила управління груповою поведінкою.

Тема IX. Розробка та діагностика елементів корпоративної культури. Вимір ефективності культури підприємства.

1. Міжнародні регулятори трудових відносин.
2. Досвід японських корпорацій.
3. Соціальні ознаки етичної корпорації.

Рекомендована література

1. Витчак Е. Корпоративная культура: практикум для начинающих / Елена Витчак // Кадровое дело. — 2008. — № 7. — С. 23
2. Герчиков В.И. Внутрифирменное социальное партнерство как эффективное средство ведения бизнеса / В.И. Герчиков // Работодатель, государственная служба занятости – партнеры на рынке труда: проблемы и решения. — 2002, С. 47—49.
3. Капитонов Э.А. Корпоративная культура: Теория и практика / Э.А. Капитонов. — М. : Альфа–Пресс, 2005. — 352 с.
4. Кевин М. Томсон. Рецепты корпоративной культуры. Как изменить привычное поведение / М. Томсон Кевин. — М. : Баланс Бизнес Букс, 2005. — 272 с.
5. Коваленко Г.А. Корпоративный менеджмент : учеб.пособ. [по курсу Стратегия постоянных улучшений. Корпоративная культура фирмы как система ценностей] / Г.А. Коваленко. — Краматорск. : ДГМА, 2004. — 124 с.
6. Коваленко Г.А. Повышение роли коллективного договора в усилении социальной защищенности работников крупного промышленного предприятия / Г.А. Коваленко // Корпоративна культура організацій XXI століття. Зб. наук.праць. Вип. 2. — Краматорськ. : ДДМА, 2003. — С. 133—140.
7. Корпоративная культура. Социологический аспект / под ред. Капитонова Э.А. — М. :Росиздат, 2004. — 384 с.
8. Корпоративная культура и управление изменениями: HarvardBusinessReview. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. — 192 с.
9. Корпоративная культура : [учеб.пособ.] / [Г.Л.Хае́т, А.Л.Еськов, Л.Г.Хае́т и др.]; под ред. Г.Л.Хае́та. — Киев. : Центр учебной литературы, 2003. — 403 с.

- 10.Корпорація: управління та культура : [монографія] / [А.Е. Воронкова, М.М. Баб'як, Е.Н, Коренєв, І.В, Мажура]. — Дрогобич. : Вимір, 2006. — 376 с.
- 11.Кох Р. Стратегия / Р. Кох. — М. :Эксмо—Пресс, 2007. — 224 с.
- 12.Красовский Ю.Д. Организационное поведение : учеб.пособ. [для вузов] / Ю.Д. Красовский. — М. : ЮНИТИ—ДАНА, 2004. — 511 с.
- 13.Социальная психология : учебник [для высших учебных заведе-ний] / под. ред.. Г. М. Андреевой. — М. : Аспект Пресс, 2006. — 363 с.
- 14.Хаєт Г.Л. Корпоративна культура і цінностілюдини / Г.Л. Хаєт, О.А. Медведева. — Краматорськ. : ДГМА, 2003. — 268 с.
- 15.Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. — СПб. : Питер, 2008. — 330 с. 2010.

Погодинна структура курсу

№ з/п	МОДУЛІ. ТЕМИ	КІЛЬКІСТЬ ГОДИН		
		ЛЕКЦІЇ	СЕМІНАРИ	САМ. Р-ТА
	1.	36	16	72
1.1.	Поняття корпоративної культури і культури підприємницької діяльності.	4	1	5
1.2.	Імідж підприємства. Проблеми формування іміджу.	4	1	8
1.3.	Місце зв'язків з громадськістю в підприємницькій діяльності. Стратегія роботи зі ЗМІ.	4	2	8
1.4.	Структурні елементи культури підприємницької діяльності. Культура організації та умов праці, вимір і оцінка їх рівня.	4	2	8
1.5.	Структурні елементи культури підприємницької діяльності. Культура управління. Вимоги до керівників і підлеглих. Соціальні вимоги до ведення бізнесу.	4	2	10
	2.			
2.6.	Культура ділових комунікацій. Принципи ділового спілкування.	4	2	7

2.7.	Управління корпоративною культурою. Методики виміру і дослідження. Роль досліджень в процесі формування корпоративної культури.	4	2	10
2.8.	Антикризова культура. Субкультури підприємства.	4	2	8
2.9.	Розробка та діагностика елементів корпоративної культури. Вимір ефективності культури підприємства.	4	2	8
	РАЗОМ			120 год.