

МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.

Метою дисципліни «Корпоративна культура» є оволодіння студентами основних знань та умінь з вивчення і формування корпоративної культури організації. Корпоративна культура – теоретична дисципліна, що вивчає систему цінностей, переконань, установок, яку розділяє кожен працівник організації і яка визначає його поведінку та характер життєдіяльності всієї організації.

Предмет корпоративної культури – закономірності формування та принципи функціонування корпоративної культури.

Об'єкт корпоративної культури – корпоративна культура як складна система.

Основні завдання курсу:

- визначення культури як соціального явища;
- усвідомлення змісту основних культурологічних категорій: культура, культурна епоха, цивілізація, масова культура, культурні цінності, культурні групи тощо;
- ознайомлення зі змінами в сучасній культурі, її зближенням з економікою і політикою;
- вивчення природи, структури, функцій, основних понять і цінностей корпоративної культури;
- розкриття основних закономірностей формування та впровадження корпоративної культури в організації;
- проведення аналізу існуючих корпоративних культур;
- розвиток у студентів професійних якостей, необхідних для роботи по формуванню корпоративної культури.
- ознайомлення з етичними стандартами корпоративної поведінки.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні:

Мати уявлення:

- про культуру як суто людське явище та модуси її існування;
- про зв'язок корпоративної культури з загальнолюдською та національною культурою;
- про сучасний стан і ступінь вивченості корпоративної культури;
- про існуючі підходи до її аналізу;
- про роль мети і цінностей у формуванні корпоративної культури.

Знати:

- базові цінності світової культури;
- визначення, структуру, функції і характеристики корпоративної культури;
- форми виявлення та способи підтримування корпоративної культури;
- методи формування корпоративного та персонального іміджу;
- ознаки сильної корпоративної культури.

Уміти:

- здійснювати діагностику корпоративної культури організації;
- розробляти програми по формуванню, розвитку та підтриманню корпоративної культури;

- використовувати корпоративну культуру для зростання іміджу організації та її цільності;
- розробляти кодекс корпоративної культури організації;
- створювати умови ефективної ділової комунікації з урахуванням національної специфіки різних корпоративних культур;
- використовувати основні елементи корпоративної культури на різних рівнях управління організацією;
- дотримуватися вимог корпоративної етики, в т. ч. вимог Кодексу корпоративної культури СумДУ.