

Маріупольський державний університет  
Кафедра культурології та інформаційної діяльності

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри культурології  
та інформаційної діяльності

Ю.С. Сабадаш

«19» січня 2021 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ВД 2.3.3 «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА (ІНТЕГРОВАНА ДИСЦИПЛІНА)»**

Освітньо-професійна програма: Культурологія  
Спеціальність: 034 Культурологія  
Факультет, відділення: Історичний

2020 – 2021 рік

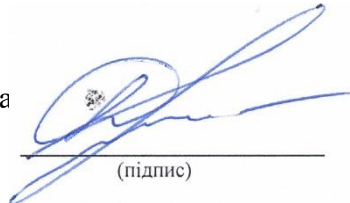
Робоча програма з навчальної дисципліни «Корпоративна культура (інтегрована дисципліна)» для студентів ОПП «Культурологія» за спеціальністю 034 Культурологія.

Розробник: І. О. Петрова, доцент кафедри культурології та інформаційної діяльності МДУ,  
кандидат історичних наук, доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри культурології та інформаційної діяльності МДУ

Протокол від «19» січня 2021 року, № 9

Завідувач кафедри культурології та  
інформаційної діяльності



(підпис)

Ю. С. Сабадаш

© Петрова І. О., 2021 рік  
© МДУ, 2021 рік

Навчальна дисципліна «Корпоративна культура» для студентів ОПП «Культурологія» за спеціальністю 034 Культурологія є інтегрованою та містить три модулі:

Модуль 1 (далі – М1) Корпоративна культура

Модуль 2 (далі – М2) Корпоративна етика

Модуль 3 (далі – М3) Організація представницьких заходів

### 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 9	03 Гуманітарні науки	спеціалізація «Культурно-дозвіллєва діяльність»	
Модулів – 3	ОПП «Культурологія» Спеціальність 034 Культурологія	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів М 1 – 3 М 2 – 2 М 3 – 2		4-й	4-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – проєктування майбутньої професійної діяльності в ролі керівника організації		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин 270 М 1 – 90 М 2 – 90 М 3 – 90		8-й	8-й
		<b>Лекції</b>	
Тижневих годин для денної форми навчання: М 1 – аудиторних – 30 самостійної роботи студента – 60 М 2 – аудиторних – 30 самостійної роботи студента – 60 М 3 – аудиторних – 30 самостійної роботи студента – 60	Освітній рівень Перший (бакалаврський)	М 1 – 8	М 1 – 6
		М 2 – 10	М 2 – 4
		М 3 – 14	М 3 – 4
		<b>Семінарські</b>	
		М 1 – 8	М 1 – 2
		М 2 – 10	М 2 – 4
		М 3 – 8	М 3 – 4
		<b>Практичні/лабораторні</b>	
		М 1 – 14	М 1 – 4
		М 2 – 10	М 2 – 4
М 3 – 8	М 3 – 4		
<b>Самостійна робота</b>			
М 1 – 59	М 1 – 77		
М 2 – 59	М 2 – 77		
М 3 – 59	М 3 – 77		
<b>Індивідуальні завдання</b>			
М 1 – 1	М 1 – 1		
М 2 – 1	М 2 – 1		
М 3 – 1	М 3 – 1		
Вид контролю: іспит			

## **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

Навчальна дисципліна «Корпоративна культура» відноситься до циклу навчальних дисциплін спеціалізації «Культурно-дозвіллева діяльність» для студентів ОПП «Культурологія» за спеціальністю 034 Культурологія освітнього ступеня «Бакалавр».

Метою навчальної дисципліни є з'ясування сутності корпоративної культури, системи норм, цінностей, переконань, зразків поведінки, відносин, дій тощо, що формується в організаціях для досягнення поставлених перед нею цілей, вивчення моральних норм службового спілкування та етикету, розкриття видів та вимог до організації представницьких заходів.

Основні завдання навчальної дисципліни: розглянути історію корпоративної культури; вивчити спеціальну термінологію; визначити витоки і базові принципи культури організацій; встановити методи формування і застосування корпоративної культури для досягнення поставлених перед організацією цілей; вивчити типи, функції, соціальний та психологічний зміст корпоративної культури; розглянути роль керівника у формуванні корпоративної культури; проаналізувати сутність корпоративної етики; розглянути значення професійної та прикладної етики в структурі етичного знання; вивчити спеціальну термінологію; розкрити морально-психологічні та етичні аспекти стосунків у колективі; вивчити моральні норми службового спілкування та етикету; розглянути основні елементи корпоративної культури; визначення ролі і місця представницьких заходів для установи, зокрема для вирішення ділових питань, пов'язаних з комерційною діяльністю, прийняття управлінських рішень, встановлення співпраці з іншими установами та ін .; вивчення нормативних документів, що регулюють організацію представницьких заходів; визначення основних видів представницьких заходів, цілі їх проведення, вимог до їх організації, що підкреслюють основну спрямованість і специфіку цих заходів; вивчення складу представницьких витрат, а також встановлення форм, методів, принципів і вимог їх документального оформлення; виявлення особливостей і співвідношення вербального та невербального спілкування під час проведення представницьких заходів; вивчення правил етикету, характерних для конкретної категорії представницького заходу.

## **3. Програма навчальної дисципліни**

### ***М1 Корпоративна культура***

#### **Змістовий модуль 1. Загальні основи корпоративної культури**

##### **Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Корпоративна культура»**

Об'єкт, предмет, мета, завдання, структура, результати навчання та критерії оцінювання навчальної дисципліни «Корпоративна культура». Взаємозв'язок навчальної дисципліни з іншими освітніми компонентами ОПП «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Значення корпоративної культури для: підприємств, організацій, установ; державного управління та місцевого самоврядування; закладів вищої освіти.

##### **Тема 2. Корпоративна культура: історія виникнення, сутність поняття**

Історичні умови виникнення поняття «корпоративна культура», становлення та розвиток. Визначення поняття «корпоративна культура»: функціональні визначення корпоративної культури; психологічні визначення корпоративної культури; описові визначення корпоративної культури; історикогенетичні визначення корпоративної культури; нормативні визначення корпоративної культури. Рівні, елементи, ознаки та властивості корпоративної культури.

#### **Змістовий модуль 2. Сутність корпоративної культури**

##### **Тема 3. Функції, моделі корпоративної культури**

Типи корпоративної культури: кланова культура, адхократична культура, ієрархічна (бюрократична) культура, ринкова культура. Функції корпоративної культури (автор

Монастирський Г.): перша група – ті, що визначаються внутрішнім станом формального механізму підприємства (охоронна функція, інтегруюча функція, регулююча функція, функція заміщення, адаптивна функція, освітня та розвиваюча функція, функція управління якістю, орієнтуюча функція, мотиваційна функція, функція формування іміджу підприємства); друга група – ті, що визначаються необхідністю адаптації підприємства до свого зовнішнього середовища (функція орієнтації на споживача, функція регулювання партнерських відносин, функція пристосування економічної організації до потреб суспільства).

Моделі корпоративної культури: загальна характеристика. Модель Г. Хофстеда. Модель Е. Шейна. Модель Ч. Хенді. Модель Г. Харрісона. Модель Г. Хаєта. Інші розповсюджені моделі корпоративної культури.

#### Тема 4. Соціальний та психологічний зміст корпоративної культури

Соціальний та психологічний зміст корпоративної культури: загальна характеристика. Основні параметри, які формують та впливають на соціальний, психологічний зміст корпоративної культури, а саме інтеграцію, диференціацію та адаптацію. Види психологічного клімату, на які впливають суб'єктивні та об'єктивні фактори: позитивний, негативний, нейтральний. Фактори впливу на формування соціально-психологічного клімату: фактори макросередовища, фактори мікросередовища. Чинники, які впливають на становлення соціально-психологічного клімату: зміст і психологічні особливості праці; стан матеріальної бази; особистий склад колективу, міжособистісні стосунки; соціально-психологічні особливості працівників, груп працівників; особистість керівника, стиль керівництва, його взаємини з підлеглими.

### **Змістовий модуль 3. Діагностика корпоративної культури. Стилі керівництва**

#### Тема 5. Підходи та методи оцінки корпоративної культури

Підходи та методи оцінки корпоративної культури. Методики діагностування корпоративної культури: К. Камерона і Р. Куїнні – холічна стратегія, метафорична стратегія, кількісна стратегія; Е. Шейна – клінічний підхід, етнографічний підхід; Г. Хаєта – кваліметрична методика оцінки якості корпоративної культури; Д. Денісона – індексація корпоративної культури. Інші розповсюджені моделі корпоративної культури. Інструментарій діагностики корпоративної культури: спостереження, анкетування, опитування, тестування, співставлення параметрів, створення індексів, шкали тощо. Значення діагностики корпоративної культури для установи.

#### Тема 6. Роль керівника у формуванні корпоративної культури

Вплив керівника та його стилю керівництва на розвиток установи, значення на становлення корпоративної культури. Основні стилі керівництва, обумовлені характером відносин між керівником і підлеглим: директивний (авторитарний, автократичний), демократичний, ліберальний. Інші стилі керівництва.

### ***М2 Корпоративна етика***

#### **Змістовий модуль 1. Сутність корпоративної етики**

##### Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Корпоративна етика»

Об'єкт, предмет, мета, завдання, структура, результати навчання та критерії оцінювання навчальної дисципліни «Корпоративна етика». Взаємозв'язок навчальної дисципліни з іншими освітніми компонентами ОПП «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

##### Тема 2. Корпоративна, професійна та прикладна етика в структурі етичного знання

Етичне знання. Види етичних норм. Матеріальні і духовні фактори, їх співвідношення у визначенні мети і засобів у підприємницькій діяльності. Професіоналізм як моральна

цінність. Корпоративна соціальна відповідальність. Професійна етика фахівця документознавця, бібліотекознавця, архівознавця.

### Тема 3. Методи та функції корпоративної етики

Методи: розроблення та впровадження корпоративного кодексу; «карти етики»; діяльність комітетів або спеціалістів з етики. Кодекс корпоративної поведінки і «негласні» правила. Кодекс документознавця, бібліотекознавця, архівознавця Засоби у виробленні моральних норм та цінностей організації (колективу). Функції корпоративної етики: репутаційна; управлінська; розвивальна.

## **Змістовий модуль 2. Етичні аспекти стосунків у колективі**

### Тема 4. Елементи корпоративної культури

Система цінностей. Місія підприємства. Візія підприємства. Стратегія підприємства. Набір переконань, які допомагають підприємству слідувати стратегії, відображаючій місії підприємства. Корпоративна символіка: девізи, лозунги, символи, логотипи. Міфи, легенди, герої. Ритуали, традиції, заходи. Корпоративний стиль, дрес-код.

### Тема 5. Основи професійного етикету

Поняття етикету. Історія розвитку етикету. Види етикету. Сучасний діловий протокол та етикет.

### Тема 6. Етичні норми ділового спілкування

Корпоративні комунікації. Невербальні засоби спілкування. Етикет телефонного спілкування. Спілкування електронною поштою, використання месенджерів Telegram, Viber, Facebook Messenger, WhatsApp, Skype тощо.

## ***М3 Організація представницьких заходів***

### **Змістовий модуль 1. Загальні вимоги до організації представницьких заходів**

#### Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Організація представницьких заходів»

Об'єкт, предмет, мета, завдання, структура, результати навчання та критерії оцінювання навчальної дисципліни «Організація представницьких заходів». Взаємозв'язок навчальної дисципліни з іншими освітніми компонентами ОПП «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

#### Тема 2. Вимоги до організації представницьких заходів

Основні поняття: представництво, організація представницьких заходів, представницькі витрати, офіційний прийом, офіційні особи. Нормативно-правова база організації представницьких заходів. Основні види представницьких заходів: дипломатичні прийоми, церемоніали, переговори, міжнародні конференції, наукові конференції, вебінари, інтернет-конференції, ділові зустрічі, наради, прийоми (офіційні та неформальні).

#### Тема 3. Організація представницьких заходів: історичний аспект

Особливості організації прийомів, переговорів, церемоніалів в Давньому світі, епоху Середньовіччя, епоху Відродження, епоху Нового часу, ХХ ст. Національні особливості етики спілкування в Україні, зарубіжних країнах.

## **Змістовий модуль 2. Основні види представницьких заходів**

### Тема 4. Організація дипломатичних прийомів, церемоніалів, переговорів

Офіційні та протокольні форми представлення. Прощання з діловими партнерами. Протокольні вимоги до учасників дипломатичних прийомів, церемоніалів, переговорів. Розміщення в автомобілі. Подарунки в ділових відносинах. Етикет керівника. Дрес-код учасників.

Тема 5. Організація міжнародних конференцій, наукових конференцій, вебінарів, інтернет-конференцій

Вимоги до організації та проведення міжнародних конференцій, наукових конференцій, вебінарів, інтернет-конференцій. Документаційне забезпечення організації та проведення міжнародних конференцій, наукових конференцій, вебінарів, інтернет-конференцій. Етикет та дрес-код учасників.

Тема 6. Організація ділових зустрічей та нарад, прийомів

Вимоги до організації та проведення ділових зустрічей та нарад. Документаційне забезпечення організації та проведення ділових зустрічей та нарад. Етикет та дрес-код учасників. Основні види прийомів. Неформальні прийоми. Організація та проведення прийомів.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

##### *М1 Корпоративна культура*

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
л		с	п	срс	л		с	п	срс	
<b>Модуль 1</b>										
<b>Змістовий модуль 1. Загальні основи корпоративної культури</b>										
Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Корпоративна культура»	15	1		4	10	16	2		1	13
Тема 2. Корпоративна культура: історія виникнення, сутність поняття	11	1			10	13				13
Разом за ЗМ 1	26	2		4	20	29	2		1	26
<b>Змістовий модуль 2. Сутність корпоративної культури</b>										
Тема 3. Функції, моделі корпоративної культури	18	2	2	4	10	18	2	1	2	13
Тема 4. Соціальний та психологічний зміст корпоративної культури	16	2	2	2	10	13				13
Разом за ЗМ 2	34	4	4	6	20	31	2	1	2	26
<b>Змістовий модуль 3. Діагностика корпоративної культури. Стилi керівництва</b>										
Тема 6. Підходи та методи оцінки корпоративної культури	15	1	2	2	10	17	2	1	1	13
Тема 7. Роль керівника у формуванні корпоративної культури	15	1	2	2	10	13				13
Разом за ЗМ 3	30	2	4	4	20	30	2	1	1	26
Усього годин	90	8	8	14	60	90	6	2	4	78
<b>Модуль 2</b>										
ІНДЗ	1					1				

##### *М2 Корпоративна етика*

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин	
	денна форма	заочна форма

	усь го	у тому числі				усь ого	у тому числі			
		л	с	л	срс		л	с	л	срс
<b>Модуль 1</b>										
<b>Змістовий модуль 1. Сутність корпоративної етики</b>										
Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Корпоративна етика»	11	1			10	15	2			13
Тема 2. Корпоративна, професійна та прикладна етика в структурі етичного знання	15	1	2	2	10	17		2	2	13
Тема 3. Методи та функції корпоративної етики	16	2	2	2	10	13				13
Разом за ЗМ 1	42	4	4	4	30	45	2	2	2	39
<b>Змістовий модуль 2. Етичні аспекти стосунків у колективі</b>										
Тема 4. Елементи корпоративної культури	16	2	2	2	10	19	2	2	2	13
Тема 5. Основи професійного етикету	16	2	2	2	10	13				13
Тема 6. Етичні норми ділового спілкування	16	2	2	2	10	13				13
Разом за ЗМ 2	48	6	6	6	30	45	2	2	2	39
Усього годин	90	10	10	10	60	90	4	4	4	78
<b>Модуль 2</b>										
ІНДЗ	1						1			

### ***М3 Організація представницьких заходів***

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усь го	у тому числі				усь ого	у тому числі			
л		с	л	срс	л		с	л	срс	
<b>Модуль 1</b>										
<b>Змістовий модуль 1. Загальні вимоги до організації представницьких заходів</b>										
Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Організація представницьких заходів»	12	2			10	19	2	2	2	13
Тема 2. Вимоги до організації представницьких заходів	18	4	2	2	10	13				13
Тема 3. Організація представницьких заходів: історичний аспект	14	2	1	1	10	13				13
Разом за ЗМ 1	44	8	3	3	30	45	2	2	2	39
<b>Змістовий модуль 2. Основні види представницьких заходів</b>										
Тема 4. Організація дипломатичних прийомів, церемоніалів, переговорів	16	2	2	2	10	19	2	2	2	13
Тема 5. Організація міжнародних конференцій, наукових конференцій, вебінарів, інтернет-	14	2	1	1	10	13				13



конференцій										
Тема 6. Організація ділових зустрічей та нарад, прийомів	16	2	2	2	10	13				13
Разом за ЗМ 2	46	6	5	5	30	45	2	2	2	39
Усього годин	90	14	8	8	60	90	4	4	4	78
<b>Модуль 2</b>										
ІНДЗ	1					1				

### **5. Теми семінарських занять** ***М1 Корпоративна культура***

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<i>денна форма навчання</i>		
1	Функції, моделі корпоративної культури	2
2	Соціальний та психологічний зміст корпоративної культури	2
3	Підходи та методи оцінки корпоративної культури	2
4	Роль керівника у формуванні корпоративної культури	2
<i>заочна форма навчання</i>		
5	Сутність корпоративної культури	1
6	Діагностика корпоративної культури. Стилi керівництва	1

### ***М2 Корпоративна етика***

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<i>денна форма навчання</i>		
1	Корпоративна, професійна та прикладна етика в структурі етичного знання	2
2	Методи та функції корпоративної етики	2
3	Елементи корпоративної культури	2
4	Основи професійного етикету	2
5	Етичні норми ділового спілкування	2
<i>заочна форма навчання</i>		
6	Сутність корпоративної етики	2
7	Етичні аспекти стосунків у колективі	2

### ***М3 Організація представницьких заходів***

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<i>денна форма навчання</i>		
1	Вимоги до організації представницьких заходів	2
2	Організація представницьких заходів: історичний аспект	1
3	Організація дипломатичних прийомів, церемоніалів, переговорів	2
4	Організація міжнародних конференцій, наукових конференцій, вебінарів, інтернет-конференцій	1
5	Організація ділових зустрічей та нарад, прийомів	2
<i>заочна форма навчання</i>		
6	Загальні вимоги до організації представницьких заходів	2
7	Основні види представницьких заходів	2

## 6. Теми практичних/лабораторних занять

### *М1 Корпоративна культура*

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<i>денна форма навчання</i>		
1	Загальні основи корпоративної культури	4
2	Функції, моделі корпоративної культури	4
3	Соціальний та психологічний зміст корпоративної культури	2
4	Підходи та методи оцінки корпоративної культури	2
5	Роль керівника у формуванні корпоративної культури	2
<i>заочна форма навчання</i>		
6	Загальні основи корпоративної культури	1
7	Сутність корпоративної культури	2
8	Діагностика корпоративної культури. Стилi керівництва	1

### *М2 Корпоративна етика*

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<i>денна форма навчання</i>		
1	Корпоративна, професійна та прикладна етика в структурі етичного знання	2
2	Методи та функції корпоративної етики	2
3	Елементи корпоративної культури	2
4	Основи професійного етикету	2
5	Етичні норми ділового спілкування	2
<i>заочна форма навчання</i>		
6	Корпоративна, професійна та прикладна етика в структурі етичного знання. Методи та функції корпоративної етики	2
7	Етичні аспекти стосунків у колективі	2

### *М3 Організація представницьких заходів*

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<i>денна форма навчання</i>		
1	Вимоги до організації представницьких заходів	2
2	Організація представницьких заходів: історичний аспект	1
3	Організація дипломатичних прийомів, церемоніалів, переговорів	2
4	Організація міжнародних конференцій, наукових конференцій, вебінарів, інтернет-конференцій	1
5	Організація ділових зустрічей та нарад, прийомів	2
<i>заочна форма навчання</i>		
6	Загальні вимоги до організації представницьких заходів	2
7	Основні види представницьких заходів	2

## 7. Самостійна робота

### *М1 Корпоративна культура*

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до навчальної дисципліни «Корпоративна культура»	10/13
2	Корпоративна культура: історія виникнення, сутність поняття	10/13
3	Функції, моделі корпоративної культури	10/13

4	Соціальний та психологічний зміст корпоративної культури	10/13
5	Підходи та методи оцінки корпоративної культури	10/13
6	Роль керівника у формуванні корпоративної культури	10/13
	Разом	60/78

### ***М2 Корпоративна етика***

№ з/п	Назва теми	Кількість годин дфн/зфн
1	Вступ до навчальної дисципліни «Корпоративна етика»	10/13
2	Корпоративна, професійна та прикладна етика в структурі етичного знання	10/13
3	Методи та функції корпоративної етики	10/13
4	Елементи корпоративної культури	10/13
5	Основи професійного етикету	10/13
6	Етичні норми ділового спілкування	10/13
	Разом	60/78

### ***М3 Організація представницьких заходів***

№ з/п	Назва теми	Кількість годин дфн/зфн
1	Вступ до навчальної дисципліни «Організація представницьких заходів»	10/13
2	Вимоги до організації представницьких заходів	10/13
3	Організація представницьких заходів: історичний аспект	10/13
4	Організація дипломатичних прийомів, церемоніалів, переговорів	10/13
5	Організація міжнародних конференцій, наукових конференцій, вебінарів, інтернет-конференцій	10/13
6	Організація ділових зустрічей та нарад, прийомів	10/13
	Разом	60/78

## **8. Індивідуальні завдання**

Проектування майбутньої професійної діяльності в ролі керівника організації. Ви – керівник організації. Зробіть та обґрунтуйте свій власний вибір типу корпоративної культури для Вашої організації, методик її діагностування, стилю керівництва, притаманного Вашим власним цінностям та переконанням. Варіант візуалізації Вашого вибору та його обґрунтування (доповідь / тези / комп'ютерна презентація / варіант здобувача вищої освіти) обирається здобувачем вищої освіти самостійно. Обов'язковою вимогою є наявність висновків як результат здійсненого практичного завдання.

## **9. Методи навчання**

Навчальна дисципліна включає лекційні, семінарські, практичні заняття. У лекціях викладаються теоретичні розділи курсу. Практичні заняття призначені для придбання й закріплення студентом індивідуальних практичних навичок з формування та розвитку корпоративної культури. Використовуються такі методи навчання: пасивні та інтерактивного навчання (дискусія, «круглий стіл», «ділова гра»).

## **10. Результати навчання**

Вивчення навчальної дисципліни «Корпоративна культура» сприяє формуванню як загальних, так і професійних компетентностей. Загальні компетентності: здатність до

критичного мислення, аналізу та синтезу; знання предметної області та розуміння професії; здатність до навчання, пошуку й аналізу інформації з різних джерел; здатність креативно мислити та діяти; навички міжособистісної комунікації та командної роботи. Фахові компетентності: здатність розуміти процеси культурно-історичної динаміки; здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички; здатність налагодити комунікативний процес із представниками різних соціально-культурних груп; здатність використовувати відповідну термінологію та способи вираження дисципліни в усній та письмовій формах рідною мовою. Згідно з матрицею відповідності визначених ОПП «Культурологія» результатів навчання та компетентностей вивчення навчальної дисципліни «Корпоративна культура» дає результат навчання: РН-4 – здатність організувати свою роботу відповідно до вимог загальної культури і суспільного здоров'я і всіх складових розвитку особистості; РН-6 – здатність налагодити міжкультурний діалог, визначати форми і засоби культурнопросвітницької та виховної роботи із врахуванням соціально-психологічної специфіки соціокультурного середовища; РН-15 – визначати, формулювати та аргументувати власну громадянську і професійну позицію щодо актуальних суспільних питань, успішно взаємодіяти в професійному середовищі.

### **11. Критерії оцінювання**

Робота здобувача вищої освіти на семінарських, лабораторних, заняттях оцінюється за такими критеріями: змістовність, повнота, достовірність розкриття питання/виконання завдання; активна участь здобувача вищої освіти у занятті; правильність виконання та дотримання принципів академічної доброчесності; оформлення завдання та дотримання вимог до нього; актуальність викладеної інформації; аргументованість викладеної інформації; дотримання принципів академічної доброчесності; оформлення завдання та дотримання вимог до нього; вчасність здачі на перевірку; презентація завдання під час захисту. Кожний з критеріїв оцінюється в інтервальному шкалі від 0 до 5 балів: 5 балів – повна відповідність критерію; 4 бали – відповідність критерію не менш ніж на 80%; 3 бали – відповідність критерію не менш ніж на 60%; 2 бали – відповідність критерію не менш ніж на 40%; 1 бал – відповідність критерію не менш ніж на 20%; 0 балів – відповідність критерію відсутнє. Кількість критеріїв конкретного завдання визначається видом, метою навчального заняття та досягненням кінцевого результату його виконання.

Загальна максимальна сума балів за всі види навчальної діяльності здобувача вищої освіти в межах навчальної дисципліни «Корпоративна культура» становить 100 балів та складається з суми балів за поточний контроль (50 балів) та підсумковий контроль (іспит 50 балів).

### **12. Засоби оцінювання**

Під час вивчення дисципліни «Корпоративна культура» застосовується поточний і підсумковий контроль знань студентів.

Поточний контроль здійснюється у формі контролю систематичності та активності роботи здобувачів вищої освіти протягом семестру під час вивчення програмного матеріалу дисципліни, зокрема: виступи на семінарських заняттях, виконання завдань на лабораторних заняттях; участь в обговоренні питань з певної теми; відповіді на запитання викладача; підготовка індивідуальних науково-дослідних завдань з окремих питань; участь у науково-практичних заходах із проблем дисципліни.

Підсумковий контроль здійснюється у формі іспиту, на який виносяться питання за трьома модулями (М1 Корпоративна культура, М2 Корпоративна етика, М3 Організація представницьких заходів) інтегрованої навчальної дисципліни «Корпоративна культура».

*Питання до самоконтролю знань – іспит*

1. Теоретичні основи інтегральної навчальної дисципліни «Корпоративна культура»: об'єкт, предмет, мета, завдання, зміст, структура, взаємозв'язок з іншими навчальними дисциплінами.

2. Історія виникнення та становлення поняття «корпоративна культура».
3. Рівні, елементи, ознаки, властивості корпоративної культури
4. Функції корпоративної культури.
5. Значення корпоративної культури для державного управління та місцевого самоврядування, підприємств, організацій, установ
6. Значення корпоративної культури для закладів вищої освіти
7. Типи корпоративної культури.
8. Моделі корпоративної культури: загальна характеристика.
9. Модель корпоративної культури Г. Хофстеда.
10. Модель корпоративної культури Е. Шейна.
11. Модель корпоративної культури Ч. Хенді.
12. Модель корпоративної культури Г. Харрісона.
13. Модель корпоративної культури Г. Хаєта.
14. Соціальний та психологічний зміст корпоративної культури: загальна характеристика.
15. Інтеграція, диференціація, адаптація – параметри, які формують та впливають на соціальний, психологічний зміст корпоративної культури.
16. Значення діагностики корпоративної культури для установи.
17. Методики діагностування корпоративної культури.
18. Значення керівника та його стилю роботи у становленні корпоративної культури.
19. Стили керівництва.
20. Матеріальні і духовні фактори, їх співвідношення у визначенні мети і засобів у підприємницькій діяльності.
21. Професіоналізм як моральна цінність.
22. Корпоративна соціальна відповідальність.
23. Методи та функції корпоративної етики.
24. Кодекс корпоративної поведінки і «негласні» правила.
25. Засоби у виробленні моральних норм та цінностей організації (колективу).
26. Місія підприємства. Візія підприємства. Стратегія підприємства.
27. Набір переконань, які допомагають підприємству слідувати стратегії, відобразити місію підприємства.
28. Корпоративна символіка: девізи, лозунги, символи, логотипи.
29. Міфи, легенди, герої, ритуали, традиції, заходи як елементи корпоративної культури.
30. Корпоративний стиль, дрес-код.
31. Корпоративні комунікації.
32. Невербальне спілкування.
33. Дипломатичні прийоми як вид представницьких заходів.
34. Церемоніали як вид представницьких заходів.
35. Переговори як вид представницьких заходів.
36. Ділові зустрічі та наради як вид представницьких заходів
37. Міжнародна конференція як вид представницьких заходів.
38. Презентація як вид представницьких заходів.
39. Прийоми як вид представницьких заходів.
40. Національні особливості ділового спілкування: загальна характеристика
41. Представницькі витрати: поняття, основні принципи, склад, документальне оформлення.
42. Основні принципи сучасного ділового спілкування.
43. Форми вітання, звертання, прощання.
44. Етикет керівника.
45. Подарунки у ділових відношеннях.
46. Основні вимоги до зовнішнього виду учасників представницьких заходів.
47. Протокольні аспекти поведінки за столом та проголошення тостів.
48. Правила спілкування через перекладача.
49. Етикет публічних виступів (співпраця із ЗМІ).

50. Етикет електронної пошти та телефонної розмови.

### 13. Розподіл балів, які отримують студенти іспит

Поточне тестування та самостійна робота			ІНДЗ	Іспит	Сума
М1	М2	М3			
15	15	15	5	50	100

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

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	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 14. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення

Виконання завдань на практичних заняттях передбачає доступ до мережі Інтернет, проектор мультимедійний, екран, що дозволяє оволодівати вміннями формувати модель корпоративної культури та розвивати її в установі тощо.

### 15. Рекомендована література

#### Базова

1. Гнезділова К. М. Корпоративна культура викладача вищої школи : навч.-метод. посібник / К. М. Гнезділова – Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2013. – 124 с.
2. Гриценко Т. Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування: / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук / Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007 — 344 с. с.
3. Етика ділових відносин : навчальний посібник / Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с.
4. Етика ділового спілкування: навчально-методичний посібник для студентів ВНЗ та магістрантів спеціальності «Менеджмент»/ ДВНЗ «ПереяславХмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2016. – 137с.
5. Зусін В. Я. Етика і етикет ділового спілкування [Електронний ресурс] : навчальний посібник / В. Я. Зусін. – 4-е вид., перероб. та доп. – Маріуполь : ПДТУ, 2019. – 206 с.
6. Монастирський Г.Л. Теорія організації: Навч. посібник / Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с. - Режим доступу: [http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/800/1/Theory\\_organiz.pdf](http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/800/1/Theory_organiz.pdf)

7. Отенко І. П. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти : монографія [Електронний ресурс] / І. П. Отенко, М. І. Чепе-люк. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 243 с.
8. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посіб. - К.: Кондор, 2007. - 359 с.
9. Положення про Державний Протокол та Церемоніал України: указ Президента України № 746/2002 від 22 серпня 2002 року.
10. Радченко С.Г. Етика бізнесу : навч. посіб. / С.Г. Радченко. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 396 с.
11. Хаст Г.Л. Корпоративна культура: Навч. посібник / Г.Л. Хаст, О.Л. Єськов, С.В. Ковалевський. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.

#### Допоміжна

12. Апосталюк О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності / О.Апосталюк // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. - 2016. - №2. - С.68-73.
13. Бабаєв В.М. Діагностика стану організаційної культури публічного управління як чинник її розвитку / В. М. Бабаєв, С. О. Гайдученко - Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2015-3/doc/1/01.pdf>
14. Балака О.Г. Стратегічне спрямування корпоративної культури підприємства / О.Г. Балака. - Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/32606967.pdf>
15. Баранова Н. М. Роль і значення викладання курсу «Професійна та корпоративна етика» у вищому навчальному закладі / Н. М. Баранова // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2016. – Вип. 11. – С. 19-22.
16. Бондаренко О. Соціологічне визначення поняття «корпоративна культура» / О. Бондаренко // Нова парадигма. - 2016. - Вип. 130. - С. 132-146.
17. Ботвина Н. В. Роль кінетичних невербальних засобів спілкування у міжнародній діловій комунікації / Н. В. Ботвина // Вісник Академії адвокатури України. - 2009. - Число 1. - С. 209-215.
18. Бугаєвська Ю.В. Поняття корпоративної культури: її суть і структура / Ю. В. Бугаєвська // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. "Засоби навчальної та науково-дослідної роботи". - 2011. - Вип. 36. - С. 12-17.
19. Веремчук Р.О. Корпоративна культура організації та її вплив на систему розвитку персоналу / Р.О. Веремчук. - Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/36034/1/42\\_240-245.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/36034/1/42_240-245.pdf)
20. Дергачова В.В. Особливості формування корпоративної культури на підприємствах України. - Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/135694/132550>
21. Дмитренко М. Й. Морально-етичні орієнтири корпоративної культури / М. Й. Дмитренко // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Філософія. – 2014. – Вип. 43. – С. 123-138.
22. Дюк О.М. Дослідження сутності та змісту поняття «корпоративна культура підприємства» в сучасних умовах розвитку / О. М. Дюк // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2018. - Вип. 5. - С. 99-103.
23. Жежер К.Л. Основні підходи та методики діагностики корпоративної культури сучасного підприємства / К.Л. Жежер. - Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/11/115.pdf>
24. Красніцька Г. М. Корпоративна етика в сучасній організації / Г. М. Красніцька // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 102. – С. 223-226.
25. Краснова Н. П. Проблеми етики ділового спілкування в історії філософської думки / Н. П. Краснова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. - 2012. - № 19(3). - С. 46-56.

26. Красовська О.Ю. Генезис поняття «корпоративна культура підприємства» / О. Ю. Красовська // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. - Вип. 6(1). - С. 89-93.
27. Ліфінцев Д.С. Методичні основи оцінки впливу корпоративної культури на діяльність організації / Д.С.Ліфінцев // Ефективна економіка. - 2011. - №7.
28. Мозгова О. О. Сучасні моделі корпоративної культури / О. О. Мозгова // Економічні науки. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/23\\_WP\\_2011/Economics/10\\_91230.doc.htm](http://www.rusnauka.com/23_WP_2011/Economics/10_91230.doc.htm)
29. Полянська А.С. Формування моделі корпоративної культури в діяльності вітчизняних підприємств / А.С. Полянська, О.М. Дюк // Економіка та управління підприємствами. - 2018. - Випуск 27. - С.9-16.
30. Романенко К. М. Соціально-етичний маркетинг та формування корпоративної організаційної культури / К. М. Романенко // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2009. – Вип. 3. – С. 35-43.
31. Скриньковський Р.М. Система діагностики корпоративної культури підприємства: європейський вектор / Р. М. Скриньковський. - Режим доступу: [http://www.economy.in.ua/pdf/4\\_2015/14.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/4_2015/14.pdf)
32. Сливка О. А. Корпоративна етика як інструмент ефективного управління персоналом організації / О. А. Сливка // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2017. – № 1. – С. 114–119.
33. Турчик І. Соціально-психологічний клімат як елемент корпоративної культури навчального закладу / І. Турчик, Л. Щоголева. - Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=Npd\\_2014\\_2\\_67](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Npd_2014_2_67)
34. Шергіна Л. А. Етичні аспекти корпоративної поведінки в процесі ведення бізнесу / Л. А. Шергіна, О. О. Савощенко, А. Й. Жемба // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 4. – С. 210-213.
35. Шпак Н. А. Гендерно нейтральна мова як засіб міжнародного ділового спілкування (досвід англomовних країн) / Н. А. Шпак // Науковий вісник Дипломатичної академії України. - 2000. - Вип. 4. - С. 105-109.
36. Фіщук Н.Ю. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації / Н.Ю.Фіщук , І.В.Ломачинська // Збірник наукових праць ВНАУ Серія: Економічні науки. - 2012. - №1 (56). - Том 4. - С.81-85.
37. Харчишина О.В. Порівняння методологічних підходів до оцінки організаційної культури та перспективи їх використання на підприємствах харчової промисловості / О. В. Харчишина. - Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/12087065.pdf>
38. Химич І.Г. Формування корпоративної культури підприємства в сучасних економічних умовах. - Режим доступу: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21273/2/SSEP\\_2016\\_Khymych\\_I\\_H-Formuvannia\\_korporativnoi\\_105-116.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21273/2/SSEP_2016_Khymych_I_H-Formuvannia_korporativnoi_105-116.pdf)

#### **Інформаційні ресурси**

39. Офіційний веб-сайт Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua).
40. Пошукова система (вільна, доступна) Google Scholar або Google Академія, яка індексує повний текст наукових публікацій всіх форматів і дисциплін. – Режим доступу: <https://scholar.google.com.ua>.