**План и содержание семинаров и СРМП**

**Тема 1. Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции**

Этика как явление духовной культуры. Специфика нравственной регуляции общественных отношений. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология. Профессиональная мораль - средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности.

**Тема 2. Концепция культуры организации. Структура корпоративной культуры**

Соотношение понятий культура, этика, этикет. Понятие «корпоративная культура» и ее принципы. Западная и восточная деловые культуры. Типы корпоративной культуры: иерархическая, рыночная, клановая, адхократическая. Необходимость управления культурой организации.

Основные концепты, ассоциируемые с культурой (цели, ценности, миссия, символы, традиции и другие). Взаимодополняемость поверхностного и глубинного уровней культуры. Культурная парадигма как совокупность представлений об отношениях. Модели и типы корпоративных культур. Виды культур: доминирующая культура, субкультуры и контркультуры организации.

**Тема 3.**  **Технологии диагностики и управления корпоративной культурой**

 Динамика изменений организации. Организация на начальной стадии жизненного цикла: становление культуры и лидерство. Проблема преемственности культуры для организации среднего возраста и роль руководителя.

Алгоритм построения модели культуры организации. Восприятие культуры организации ее стейкхолдерами. Построения профиля корпоративной культуры и его интерпретация. Валидность инструмента оценки корпоративной культуры.

**Тема 4. Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации**

Концептуальные модели имиджа. Репутация и имидж: соотношение понятий. Атрибуты корпоративного имиджа. Основы формирования корпоративного имиджа. Роль корпоративной философии в формировании имиджа. Формы декларирования корпоративной философии. Технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.

**Тема 5. Параметры корпоративной репутации**

Репутационный менеджмент как одна из задач стратегического управления. Миссия, ценности и история компании - основа репутационной стратегии. Основные принципы формирования внутренней идеологии и корпоративной культуры. Диагностика профилей корпоративных культур. Влияние различных факторов и культур на корпоративную репутацию. Комплексные программы развития корпоративной культуры предприятия.

**Тема 6. Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства**

Факторы становления концепции корпоративной социальной ответственности (Corporate Social Responsibility, CSR). Корпоративная социальная ответственность (КСО) как приоритет ЕС и ООН. КСО как философия современного бизнеса. КСО и национальные деловые культуры.

**Социальная ответственность бизнеса: зарубежный и отечественный опыт.** Зарубежный опыт развития КСО. Социальные нефинансовые отчеты.

Особенности развития КСО в России. Формы и виды социальной ответственности современного бизнеса. Понятие внешней и внутренней КСО.

**Тема 7. Этические стандарты корпоративного поведения**

Корпоративный кодекс как способ закрепления стандартов поведения в организации. Функции, содержание и структура корпоративного кодекса.

Морально-психологический климат организации. Методы формирования здоровой этической основы деловых отношений в организации. Административная этика или этика служебных взаимоотношений.

 Деловой имидж сотрудника организации, его составные элементы. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде. «Яппи» или «экспи»: стили самопрезентации представителей деловой бизнес-элиты.

 Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности. Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Корпоративные мероприятия.

**Тема 8. Деловые культуры в международном бизнесе**

Особенности делового общения представителей различных культур. Классификация деловых культур в международном бизнесе: моноактивные, полиактивные и реактивные (Д.Р. Льюис). Национальные модели корпоративного управления. Значимость учета социокультурной специфики партнеров для повышения эффективности делового сотрудничества. Межкультурная коммуникация и нравственность в транснациональных корпорациях. Становление российской деловой культуры.

5.Образовательные технологии

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Таблица 2.

**Методы и формы организации обучения (ФОО)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ФООМетоды  | Лекция | Пр. зан./Семинар | Тренинг, Мастер-класс | СРС |
| *IT*-методы | х | х | х | х |
| Работа в команде |  | х | х | х |
| *Case-study* |  | х |  | х |
| Методы проблемного обучения. | х | х | х | х |
| Обучение на основе опыта | х | х |  |  |
| Опережающая самостоятельная работа |  | х |  | х |
| Проектный метод | х | х | х | х |

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

* изучение теоретического материала дисциплины на лекциях с использованием компьютерных технологий;
* самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием *Internet*-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
* закрепление теоретического материала при подготовке работ с использованием учебного и научного материала, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

6. Организация и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы магистрантов

**6.1 Текущая и опережающая СРМ**, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений включает следующие виды работ:

* работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме;
* выполнение домашних заданий;
* перевод материалов из тематических информационных ресурсов с иностранных языков;
* изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
* изучение теоретического материала к практическим занятиям подготовка презентаций;
* подготовка к контрольной работе, к зачету.

**6.1.1. Темы, выносимые на самостоятельную проработку:**

1. Корпоративная культура - объект социологического исследования.
2. Корпоративная культура как синтез различных видов деятельности и культуры.
3. Корпоративная культура и менеджмент.
4. Подходы к типологии корпоративной культуры: Дж. Зоненфельда; Т. Дейла и А. Кеннеди.
5. Консалтинг как способ формирования корпоративной культуры.
6. Коучинг: инструмент корпоративной культуры.
7. Корпоративная культура как проекция национальной культуры.
8. Роль специалиста по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.
9. Корпоративные праздники и их роль в создании корпоративной культуры.
10. Организационная культура образовательного учреждения.
11. Понятие прикладной этики и ее структура.
12. Проблемы этики бизнеса и делового общения в России.
13. Интегрированные маркетинговые коммуникации и их возможности формирования корпоративной культуры.
14. Поведение персонала организации как элемент корпоративной культуры.
15. Условия и факторы конструктивного разрешения деловых конфликтов.
16. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
	1. **Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа**

ТСРнаправлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала бакалавров и заключается в:

* поиске, анализе, структурировании и презентации информации;
* исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
* анализ научных публикаций по определенной преподавателем теме.

**6.2.1. Перечень научных проблем и направлений научных исследований:**

1. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.
2. Мифодизайн в культуре организации.
3. Организационная культура предприятия в системе управления персоналом.
4. Различия в понимании истоков формирования и сущности культуры корпорации: рационалистический и феноменологический подходы.
5. Корпоративный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании.
6. Влияние экономического кризиса на политику развития корпоративной культуры компании.
7. Этика глобализирующегося общества.
8. Моральные проблемы международного бизнеса.
9. Проблема социальной ответственности организации.
10. Особенности формирования профессионального самосознания специалистов
11. Проблемы этики бизнеса в России
12. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.
13. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации.
14. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.
15. Репутация и корпоративная идентичность.
16. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации.
17. Роль государственных институтов в формировании репутации организации.
18. Воздействие репутации на оценочную стоимость корпорации.
19. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.
20. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний.

7. Средства (ФОС) текущей и итоговой оценки качества освоения дисциплины

Оценка успеваемости бакалавров осуществляется по результатам:

* выполнения тестовых заданий и контрольных работ;
* анализа подготовленных презентаций и докладов;
* устного опроса при сдаче выполненных индивидуальных заданий, защите отчетов по самостоятельным работам и во время **зачета во втором семестре** (для выявления знания и понимания теоретического материала дисциплины).

**7.1. Требования к содержанию вопросов экзамена**

Зачетные билеты включают три типа заданий: 2 теоретических вопроса и проблемно-ориентированное задание.

**7.2. Примеры заданий билета**

1. Основные функции корпоративной культуры.
2. Репутация как рыночная категория: отличительные черты.
3. Проанализируйте основные группы стейкхолдеров высшего учебного заведения (на примере Томского политехнического университета).

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

 **Основная литература:**

1. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. - М.: ИНФРА-М, 2003.
2. Залман Ариф. Репутационный риск. Управление в целях создания стоимости. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008.
3. Костюк В.Д. Нематериальные блага. Защита чести, достоинства и деловой репутации / В. Д. Костюк. — М. : Лекс-Книга, 2002.
4. Мартин, Грэм. Корпоративные репутации, брендинг и управление персоналом. Стратегический подход к управлению человеческими ресурсами : пер. с англ. / Г. Мартин, С. Хетрик. — М. : Группа ИДТ, 2008.
5. Олейник И.В. "Плюс / минус" репутация. Российский опыт репутационного менеджмента / И. В. Олейник, А. Б. Лапшов.—2-е изд., доп.—Самара: Бахрах-М, 2003.
6. Олсоп Р.Дж. 18 непреложных законов корпоративной репутации : пер. с англ. / Р. Дж. Олсоп. — М. ; СПб. : Вершина, 2006.
7. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: теория и практика. – М.: Альфа-Пресс, 2005. – 351с.
8. Клеммер, Джим. Как создать команду победителей. Корпоративная культура, системы мотивации и вечные принципы успеха, которые исповедуют 100 самых эффективных и прибыльных компаний в мире: пер. с англ. / Дж. Клеммер. — М. : СмартБук, 2009. — 208 с.
9. Лейхифф Дж.М., Пенроуз Дж.М. Бизнес-коммуникации. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
10. Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. – М.: Дело, 1999. – 440 с.
11. Майстер, Дэвид. Делай то, что проповедуешь. Что руководители должны делать для создания корпоративной культуры, нацеленной на высокие достижения : пер. с англ. / Д. Майстер. — 2-е изд. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. — 245 с.
12. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса: учебник / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (МГУ). - 4-е изд.,- М.: Проспект: Изд-во МГУ, 2007. - 347 с.
13. Пирогов К. М. Основы организации бизнеса: учебник для вузов / К. М. Пирогов, Н. К. Темнова, И. В. Гуськова. - 2-е изд., - М.: КноРус, 2007. - 556 с.
14. Спивак В.А. Корпоративная культура. – СПб: Питер, 2001. – 352 с.
15. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. – М.: Инфра-М, 2009. – 624с.
16. Томсон К. М. Рецепты корпоративной культуры. Как изменить привычное поведение. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 320 с.
17. Шувалова Н. Н. Этика деловых отношений: учебно-практическое пособие / Н. Н. Шувалова; Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАГС). - М.: РАГС, 2009. - 270 с.

**Дополнительная литература:**

1. Козлов В. В. Корпоративная культура: опыт, проблемы и перспективы развития. – М.: Гардарика, 2004. – 269 с.
2. Кузнецов И. Корпоративная культура. – М.: Книжный дом, 2004. – 200с.
3. Смирнова И.А. Корпоративная культура организации: психолого-акмеологические основы формирования и развития: учебное пособие / И. А. Смирнова. — М. : КДУ, 2009.
4. Стеклова О.Е. Организационная культура: учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 127 с.
5. Alvesson Mats. Understanding Organizational Culture. - Sage Publications Ltd., 2002.
6. Caroselli Marlene. The Business Ethics Activity Book: 50 Exercises for Promoting Integrity at Work. -AMACOM/American Management Association; 1st edition, 2003.
7. Schmitt Richard B. Firms Work to Make Ethics Part of Corporate Culture. – Wall Street Journal, 5 November, 2002.

**Информационные ресурсы в интерактивном режиме**

1. http://www.soc-otvet.ru/ - проект «Социальная ответственность бизнеса»
2. http://www.mlg.ru/ratings\_and\_reports/ - информационно-аналитическая система «Медиалогия» / Рейтинги
3. http://www.forbes.com/ - деловой журнал «Форбс»
4. http://www.expert.ru – деловой еженедельник «Эксперт»
5. http://www.vedomosti.ru – ежедневная деловая газета «Ведомости»

**7. Практические занятия (семинары)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудо-емкость(час.) |
| 1. | Потребитель в современной социально-экономической системе | -Проблемы общества потребления-Потребитель и государство-Потребитель и общество | 10 |
| 2. | Потребитель в современных концепциях управления организацией | Потребитель и концепции управления-Удовлетворенность потребителей-Лояльность потребителей-Ценность потребителей-Защита результатов СР (аналитическая работа) | 12 |
|  | Инструменты формирования отношений с потребителями | -Организационные структуры, ориентированные на потребителя-Информационно-коммуникационные системы, ориентированные на потребителя-Работа с персоналом, ориентированная на потребителя-Защита результатов СР (презентация) | 10 |
|  | Корпоративная культура и ее место в системе управления ресурсами организации | - Понятие и генезис корпоративной культуры в системе управления ресурсами организации.- Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности организации. | 10 |
|  | Элементы формирования корпоративной культуры и механизм ее взаимодействия | - Элементы и характеристики корпоративной культуры.- Культурология в корпоративном управлении. | 6 |

**8. Примерная тематика курсовых работ:**

1. Развитие и становление общества потребления
2. Проблемы общества потребления
3. Манипулирование потребителем
4. Основные права потребителей и их защита в разных странах
5. Инновации, ориентированные на потребителя
6. Методы оценки удовлетворенности потребителей
7. Индексы удовлетворенности потребителей и персонала
8. Лояльность: понятие, методы оценки
9. Инструменты повышения лояльности потребителей
10. Методы расчета ценности потребителей
11. Построение CRM-систем
12. Методы коммуникации с потребителем
13. Культура организации как способ осмысления окружающей действительности и внутренних отношений.
14. Корпоративная культура как «внутреннее» сознание организации.
15. Стратегии и структура предприятия как инструменты корпоративной культуры.
16. Технология внедрения «образа будущего» компании.
17. Высшие ценности компании и принципы корпоративной философии.
18. Основные шаги формирования корпоративной культуры.
19. Корпоративная культура – порядок и беспорядок в производственных системах.
20. Корпоративная культура как основа жизненного потенциала компании.
21. Корпоративная культура как мощный стратегический инструмент компании.
22. Корпоративная культура и кадровая политика.
23. Форма корпоративной культуры и вид бизнеса.
24. Методы перехода от административной культуры к предпринимательской культуре.
25. Оптимальные традиции, ритуалы и символика.

**9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

а) основная литература

1. Васильев Г. А. Поведение потребителей: Учебное пособие. –М.: Вузовский учебник, 2008.
2. Аузан В. Корпоративная культура и лидерство. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

б) дополнительная литература

1. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. – М.: Дашков и К, 2009.
2. Говар Бехард. Дело не кофе. Корпоративная культура Starbucks. – М.: Альпина Паблишерз, 2010.
3. Демин Д. Корпоративная культура. 10 самых распространенных заблуждений. – М.: Альпина Паблишерз, 2010.
4. Зотова Т. А. Поведение потребителей. Теория и практика. – Ростов/Д .: Феникс, 2008.
5. Клеммер Дж. Как создать команду победителей. Корпоративная культура системы мотивации и вечные принципы успеха, которые исповедуют 10 самых эффективных и прибыльных компаний в мире. – М.: Смарт Бук, 2009.
6. Лисицина А. Корпоративная культура и управление изменениями. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
7. Мазилкина Е. И. Поведение потребителей. Краткий курс. –М.: Окей- книга, 2009.
8. Меликян О. М. Поведение потребителей: Учебник 3-е изд. –М.:Дашков и К, 2010
9. Меликян О. М. Поведение потребителей: Учебник для вузов Изд. 2-е. –М.: Дашков и К, 2008.
10. Моисеева Н. К. , Костина Г. Д. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг. –М.: Изд-во Омега-Л, 2008.

в) программное обеспечение: Microsoft PowerPoint, Microsoft Excel, Microsoft Word

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы [www.Google.ru](http://www.google.ru/), [www.Yandex.ru](http://www.yandex.ru/), [www.Consultant.ru](http://www.consultant.ru/)

**10. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**Раздаточный материал (распечатка), раздаточный материал на электронных носителях