**КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им.аль-Фараби**

**Факультет философии и политологии**

**Образовательная программа по специальности**

**«6М020400 – культурология»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Утверждено на заседании Ученого совета факультета  философии и политологии  Протокол №1 от «28 » .08. 2015 г.  **Декан факультета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Масалимова А.Р.** |

**ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

**Магистратура**

**(2 кредита)**

1 курс, р/о, семестр весенний

**Ф.И.О. лектора:**

Габитов Турсун Хафизович, доктор философских наук, профессор

тел.3871591

e-mail: tursungabitov@mail.ru

каб.403

**План и содержание семинаров**

1. **ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

ЗАНЯТИЕ 1. Социальная сущность, назначение и функции морали.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Социальная сущность, назначение и функции морали». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

1. Общие понятия морали.
2. Общая структура морали и её основные элементы.
3. Свобода выбора и ответственность.
4. Моральная ответственность.
5. Исполнительская и функциональная моральная ответственность.
6. Моральное сознание.

ЗАНЯТИЕ 2. Нравственные проблемы отношений между людьми.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Нравственные проблемы отношений между людьми». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

* + 1. Общие понятия морали.
    2. Общая структура морали и её основные элементы.
    3. Моральная ответственность.
    4. Моральное сознание.
    5. Основные этапы исторического развития нравственности.
    6. Нравственный опыт: понятие справедливости.
    7. Справедливость во взаимоотношениях между людьми.
    8. Честность и порядочность в деловых отношениях.
    9. Утилитарный подход к этике.
    10. Принципы установления нравственности действия (утилитаризм действия и утилитаризм правила).
    11. Миф об аморальности бизнеса.

ЗАНЯТИЕ 3. Природа и сущность этики деловых отношений.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Природа и сущность этики деловых отношений». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

1. Понятие этики деловых отношений.
2. Этические нормы поведения в деловой практике.
3. Этические принципы в современных деловых отношениях.
4. Основные этические проблемы на макро и микро уровне деловых отношений.
5. Важные этические принципы для развития деловых отношений.

ЗАНЯТИЕ 4. Этика деятельности организации и руководителя.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Этика деятельности организации». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

1. Социальная ответственность организации.
2. Преимущества и недостатки политики социальной ответственности организации.
3. Меры необходимо принимать для повышения уровня этичности в деятельности организации?
4. Основные разделы правил этики организации.
5. Цель разработки и содержание этических кодексов организаций.
6. Этика деятельности руководителя.

ЗАНЯТИЕ 5. Коммуникативная культура в деловых отношениях.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Коммуникативная культура в деловых отношениях». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

1. Сущность коммуникативной, интерактивной, перцептивной сторон общения.
2. Социально-психологические умения повышения уровня коммуникативной культуры.
3. Формы осуществления делового общения их особенности.
4. Методы, использующиеся в процессе делового общения для воздействия на партнеров.
5. Сущность принципов делового общения.
6. Коммуникативные эффекты - риторический инструментарий, применяемый в риторике.
7. Принципы делового характера дискуссии.
8. Роль невербальных коммуникаций в деловом общении. Функции невербальных коммуникаций.
9. Особенности манипуляции как метода воздействия на партнера.
10. Критерии, позволяющие правильно определить наличие манипуляций в отношениях между людьми.
11. Общие правила нейтрализации манипуляций.

ЗАНЯТИЕ 6. Правила подготовки публичного выступления и проведения деловых переговоров.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Правила подготовки публичного выступления и проведения деловых переговоров.». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

1. Структура выступления.
2. Навыки поведения во время выступления.
3. Специфика переговоров как формы делового общения.
4. Техники ведения деловых переговоров.
5. Сущность основных подходов ведения переговоров.
6. Правила, помогающие убедить партнера по переговорам.
7. Место и значение критики в процессе профессиональной деятельности.

ЗАНЯТИЕ 7. Этикет и имидж в деловых отношениях.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Этикет и имидж в деловых отношениях». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

1. Виды деловых приемов. Требования предъявляются к одежде на деловых приемах.
2. Особенности национального этикета в переговорном процессе.
3. Роль комплиментов в общении. Основные правила использования комплиментов.
4. Сущность и основные характеристики имиджа делового человека.
5. Критерии для выбора эффективной модели делового поведения.
6. Основные правила, определяющие этические нормы приветствия.
7. Общие требования к внешнему облик делового человека.

ЗАНЯТИЕ 8. Нравственно-этические проблемы бизнеса и альтернативы их разрешения.

Семинар проводится после изучения материалов по теме «Нравственно-этические проблемы бизнеса в России и альтернативы их разрешения». Цель семинара – углубить полученные на лекциях и в процессе самостоятельной работы знания.

На семинаре необходимо обсудить следующие основные вопросы:

* 1. Ответственность корпораций.
  2. Нанесение ущерба окружающей среды.
  3. Интеллектуальная собственность и её защита.
  4. Промышленный шпионаж.
  5. Сделки с использованием конфиденциальной информации.
  6. Информационные технологии и этика.
  7. Компьютерная преступность.
  8. Дискриминация и изменение социальных структур.
  9. Нравственные аспекты маркетинга и рекламы.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий (в виде элементов тренингов, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны изучить соответствующие разделы учебно-тематического плана.

Самостоятельная работа студентов проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на аудиторных занятиях, для выработки навыков самостоятельного приобретения новых знаний, подготовки к предстоящим учебным занятиям и промежуточной аттестации.

В процессе изучения дисциплины обучающиеся должны выполнить следующие виды самостоятельной работы: составить эссе, написать реферат, ответить на тестовые задания, предусмотренные по каждому модулю.

В виде дополнительных работ обучающиеся могут подготовить презентации по изучаемому материалу, разработать тестовые задания.

**8. Образовательные технологии**

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий (в виде элементов тренингов, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, мультимедийных лекций, мини-презентаций по рефератам, консультирования по электронной почте) в сочетании с внеаудиторной работой.

Трудоемкость дисциплины с использование активных и интерактивных форм обучения составляет: 17 часов лекционных и 17 часов семинарских (практических занятий):

Тема 1.1. Социальная сущность, назначение и функции морали (мультимедийная лекция) – 1 час;

Тема 1.2. Нравственные проблемы отношений между людьми (мультимедийная лекция) – 1 час;

Тема 1.3. Природа и сущность этики деловых отношений (практическое занятие в виде тренинга) - 2 часа;

Тема 1.4. Этика деятельности организации и руководителя (практическое занятие в виде тренинга) – 1 час;

Тема 2.1. Коммуникативная культура в деловом общении (мультимедийная лекция) – 1 час;

Тема 2.2. Правила подготовки публичного выступления и проведения переговоров с деловыми партнерами (практическое занятие в виде тренинга) – 1 час;

Тема 2.3. Этикет и имидж в деятельности организации (практическое занятие в виде тренинга) – 1 час;

Тема 2.4. Нравственно-этические проблемы бизнеса и альтернативы их разрешения (практическое занятие в виде тренинга) – 1 час.

Во время семинаров и самостоятельной работы студентами обеспечивается доступ к сети Интернет.

* 1. **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

9.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

* + 1. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. В.Н. Лавриненко. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997.
    2. Столяренко Л.Д. Психология и этика деловых отношений. – Ростов н/Д.: Феникс, 2003.
    3. Тимофеев М.И. Этика бизнеса. - М. ИНФРА-М, 2004.
    4. Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений.- СПб.: Питер, 2006.
  1. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:
     + 1. Бакирова Г.Х. Психологические аспекты делового общения. - СПб.: Питер, 1997.
       2. Бройнич Г. Руководство по ведению переговоров. - М.: ИНФРА-М, 1996.
       3. Венедиктова В.И. Деловая репутация: Личность, культура, этика, имидж делового человека. - М.: Институт новой экономики, 1996.
       4. Горанчук В.В. Психология делового общения и управленческих воздействий.
       5. Теория и практика. – М. ИИД «ФИЛИН», 2003.
       6. Гришина Н. В. Психология конфликта. - СПб.: Питер, 2005.
       7. Данкел Ж. Деловой этикет. - Ростов-н/Д: Феникс, 1997.
       8. Каменская В.Г. Психологическая защита и мотивация в структуре конфликта. – М.: «ЮНИТИ», 2001.
       9. Шейнов В.П. Как управлять другими. Как управлять собой. – Мн.: Амалфея, 1997.
       10. Марк Х. Мак Кормак Секреты бизнеса для всех. Чему до сих пор не учат в бизнес-школах. - М.: ВЕЧЕ, АСТ, 1997.
       11. Першин Г.В. Телефонный разговор с иностранным партнером. – СПб.: ЛИК, 1996.
       12. Поваляева М. А. Психология и этика делового общения. – Ростов-н/Д: Феникс, 2004.
       13. Практическая психология для менеджеров. - М.: ИИД «Филин», 1996.
       14. Столяренко Л. Д. Психология делового общения и управления.­ - Ростов-н/Д: Феникс, 2005.
       15. Фишер Р., Эртель Д. Подготовка к переговорам. - М.: ИИД «Филин», 1996.
       16. Чалдини Роберт. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2001.

Е

**10. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционный зал, оборудованный современной презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук); аудитории для проведения семинарских занятий, оборудованные современной презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук).

**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.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **9.** | **Потребитель в современной социально-экономической системе** | -Проблемы общества потребления  -Потребитель и государство  -Потребитель и общество |  |
| **10.** | **Потребитель в современных концепциях управления организацией** | Потребитель и концепции управления  -Удовлетворенность потребителей  -Лояльность потребителей  -Ценность потребителей  -Защита результатов СР (аналитическая работа) |  |
|  | **11 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) |  |
|  | **12. Kорпоративная 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. |  |
|  | **13. Элементы формирования корпоративной культуры и** механизм ее взаимодействия | - Элементы и характеристики корпоративной культуры.  - Культурология в корпоративном управлении. |  |

**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»

.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.

.

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ФОО  Методы | 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.