

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНЖЕНЕРНИЙ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ім. Ю.М. ПОТЕБНІ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ,
ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФІНАНСІВ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Інженерного навчально-наукового
інституту ім. Ю.М. Потебні ЗНУ

Наталія МЕТЕЛЕНКО

(підпис)

(ім'я, прізвище)

Корпоративна культура та клієнтоорієнтовані комунікації

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки магістра
(назва освітнього ступеня)

очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти
спеціальності 076 Підприємництво та торгівля
(шифр, назва спеціальності)

спеціалізації / предметної спеціальності _____
(шифр і назва)

освітньо-професійна програма Економіка підприємства та управління бізнесом
(назва)

Укладач: Венгер О.М., кандидат політичних наук, доцент кафедри управління та адміністрування

(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри управління та
адміністрування

Протокол № 1 від "30" серпня 2023 р.
Завідувач кафедри


(підпис)

В.Г. Воронкова
(ініціали, прізвище)

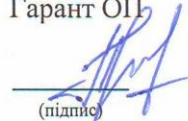
Ухвалено науково-методичною радою
Інженерного навчально-наукового інституту
ім. Ю.М. Потебні

Протокол № 1 від "30" серпня 2023 р.
Голова науково-методичної ради


(підпис)

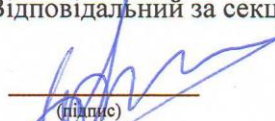
Т.А. Шарапова
(ініціали, прізвище)

Погоджено:
Гарант ОП


(підпис)

В.В. Голомб
(ініціали, прізвище)

Погоджено:
Відповідальний за секцію «Економічні науки»


(підпис)

О.О. Шапуров
(ініціали, прізвище)

2023 рік

1. Опис навчальної дисципліни

1	2	3	
Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	Характеристика навчальної дисципліни	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Кількість кредитів – 3	Обов'язкова	
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля	Загальна кількість годин – 90	Цикл дисциплін: Загальної підготовки освітньої програми	
		Семестр:	
Освітньо-професійна програма Економіка підприємства та управління бізнесом	Змістових модулів – 4	Лекції	
		14 год.	4 год.
		Практичні	
		14 год.	4 год.
		Самостійна робота	
		62 год.	82 год.
Рівень вищої освіти: магістерський	Кількість поточних контрольних заходів – 8	Вид підсумкового семестрового контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Корпоративна культура та клієнтоорієнтовані комунікації» є формування у майбутніх фахівців системи фундаментальних знань про теоретико-методологічні засади корпоративної культури, методи командної роботи, взаємодії як всередині організації, так і за її межами; формування розуміння концептуальних основ етичного управління організаціями; знання основних засобів клієнтоорієнтованого управління та формування комунікацій на основі клієнтоорієтованого підходу, а також механізму формування лояльності клієнтів

Основними завданнями вивчення дисципліни «Корпоративна культура та клієнтоорієнтовані комунікації» є такі:

- засвоїти основні знання про сутність, сучасні концепції та типології корпоративної культури;
- ознайомитися з методами та прийомами формування корпоративної культури;
- набути вмінь застосовувати практичні навички управління командами та колективами в бізнес-структурах;
- виробити навички використання клієнтоорієтованого підходу в управління бізнес-структурами та основних механізмів формування лояльності клієнтів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі результати навчання (знання, уміння тощо) та компетентності:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
<p>Програмні компетентності:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій нестандартній ситуації. – ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності). – СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності. 	<p>Методи:</p> <p>Наочні методи (схеми, моделі, алгоритми).</p> <p>Словесні методи (лекція, пояснення, робота з підручником).</p> <p>Практичні методи (творчі завдання, контрольні, складання схем і алгоритмів).</p> <p>Логічні методи (індуктивні, дедуктивні, створення проблемної ситуації).</p> <p>Проблемно-пошукові методи (репродуктивні).</p> <p>Метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія, створення цікавих ситуацій).</p> <p>Дослідницький (самостійна робота, проекти).</p>
<p>Програмні результати навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ПР 1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності. – ПР 4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп. – ПР 10. Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків. 	<p>Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий, програмований, ситуаційно-практичний, із застосуванням інформаційно-комунікативних технологій).</p> <p>Контрольні заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретичне тестування за змістовим модулем; – виконання письмових практичних індивідуальних завдань, проблемно-орієнтованих кейсів за змістовим модулем.

Міждисциплінарні зв'язки. Курс «Корпоративна культура та клієнтоорієнтовані комунікації» спирається на результати навчання та компетентності, набуті студентами після вивчення, зокрема таких дисциплін «Менеджмент», «Психологія управління». Набуті при вивченні цієї дисципліни результати навчання та компетентності необхідні студентам для подальшого опанування, зокрема, дисциплінами вільного вибору студента в межах спеціальності та освітньої програми, при виконанні аналітичних досліджень під час виробничої та переддипломної практик, при написанні кваліфікаційної магістерської роботи, а також у подальшій професійній діяльності.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Предмет корпоративної культури. Типи корпоративних культур

Культура як цілісна система цінностей. Корпоративна культура. Становлення корпоративної культури як наукової дисципліни. Відмінності організаційної та корпоративної культури. Зміст корпоративної культури. Функції корпоративної культури. Чинники, що впливають на корпоративну культуру. Типи корпоративної культури

Поняття і зміст процесу формування корпоративної культури. Підходи до формування корпоративної культури. Фактори, що впливають на корпоративну культуру

Розробка і прийняття документів організації: Місія, Корпоративний кодекс, Філософія. Особливості цих документів в організаціях соціокультурної сфери

Змістовий модуль 2 Елементи корпоративної культури

Корпоративні стандарти як частина корпоративної культури. Середньостатистичний перелік корпоративних стандартів: відносини з колегами; відносини з клієнтами; робоче місце; відносини із зовнішнім середовищем (захист інтересів компанії, збереження комерційної таємниці, способи подання і просування компанії). Зовнішні атрибути корпоративної культури. Структура організації та спрямованість її діяльності як чинники, що визначають корпоративні стандарти. Базові складові ставлення до персоналу та ставлення до роботи в архітектурі корпоративної культури. Артефакти організаційної культури (цінності, основні переконання, ритуали, церемонії, символіка, дрес-код) та їх роль у структуруванні корпоративної культури. Глибинні цінності. Спілкування, трудова етика і зразки поведінки. Організація і проведення корпоративних заходів у процесі формування стандартів корпоративної культури.

Змістовий модуль 3. Групи та групова динаміка в організаційній та корпоративній культурі

Поняття і структура групи. Види груп. Процес формування груп. Поняття колективу. Група, колектив, корпорація. Групова динаміка. Особливості колективів у СКС. Творчі колективи як референтні групи. Інтегральні психологічні характеристики: громадська думка, психологічний клімат, групові інтереси, групові норми та цінності, групова ідеологія. Однорідні групи і групове мислення

Тімбілдинг та командна робота. Сутність командоутворення: визначення, види, форми. Поняття команди. Підходи до визначення в різних галузях управління. Командоутворення у соціокультурній діяльності. Визначення та форми розвитку тимбілдингу.

Формальні та неформальні відносини в колективі. Три основних типи формальних груп: групи керівників; виробничі групи; комітети (сектори). Поняття команди, колективу, групи, відділу.

Змістовий модуль 4. Клієнтоорієнтовані комунікації

Поняття клієнтоорієнтованості. Основні підходи до визначення клієнтоорієнтованості. Основні сутнісні характеристики клієнтоорієнтованості.

Основні принципи клієнтоорієнтованості. Споживач в системі ринкових відносин.

Роль лояльності споживачів у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Типи лояльності. Основні напрями формування лояльності. Складові процесу формування та підтримання лояльності споживачів. Розробка програм лояльності.

4. Структура навчальної дисципліни

№ змістового модуля	Усього годин	Аудиторні (контактні) види занять, год.						Самостійна робота, год.		Система накопичення балів (максимальний бал)		
		Усього		Лекційні		Практичні				ТЗ*	ПЗ*	Усього
		о/д	з/дист	о/д	з/дис т	о/д	з/дист	о/д	з/дист			
1	15	10	2	4	1	4	1	7	13	5	10	15
2	15	8	2	2	1	2	1	7	13	5	10	15
3	15	8	2	4	1	4	1	7	13	5	10	15
4	15	10	2	4	1	4	1	7	13	5	10	15
Усього:	60	32	8	14	4	14	4	28	52	20	40	60
**ПСК - екзамен	30							30	30	10	30	40
Загалом:	90	32	8	14	4	14	4	58	82	40	60	100

*ТЗ, ПЗ - відповідно теоретичні та практичні завдання

**ПСК - підсумковий семестровий контроль

5. Темі лекційних занять

№ ЗМ*	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	Предмет корпоративної культури. Типи корпоративних культур	4	1
2	Елементи корпоративної культури	2	1
3	Групи та групова динаміка в організаційній та корпоративній культурі	4	1
4	Клієнтоорієнтовані комунікації	4	1
Разом:		14	4

*ЗМ - змістовий модуль

6. Темі практичних занять

№ ЗМ*	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	Предмет корпоративної культури. Типи корпоративних культур	4	1
2	Елементи корпоративної культури	2	1
3	Групи та групова динаміка в організаційній та корпоративній культурі	4	1
4	Клієнтоорієнтовані комунікації	4	1
Разом:		14	4

*ЗМ - змістовий модуль

7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ *ЗМ	Поточні контрольні заходи (ПКЗ)		Критерії оцінювання	Усього о балів
	вид ПКЗ	зміст ПКЗ		
1	2	3	4	5
1	ТЗ №1 - Опитув.	Питання для підготовки: Предмет корпоративної	Опитування проводиться під час лекційних занять з метою стимулювання системного та креативного мислення у студентів (до 5	5

		<i>культури. Типи корпоративних культур</i>	балів)	
	ПЗ 1 - Підготовка тем доповідей	ПЗ №1 у формі дискусійного обговорення проблемних питань з тематики змістового модуля.	Завдання ПР оформлюється у вигляді презентації. Бальна оцінка залежить від повноти та змістовності доповіді, враховує системність і креативність відповідей на запитання - до 10 балів	10
Усього за ЗМ 1	2			15
2	ТЗ №2 - Тест	<i>Питання для підготовки: Елементи корпоративної культури</i>	<i>Тестові питання оцінюються: «правильно»/«неправильно» (вірною є лише один з альтернативних варіантів відповідей) - до 5 балів</i>	5
	ПЗ №2 - ПР Підготовка тем доповідей	ПЗ №2 у формі дискусійного обговорення проблемних питань з тематики змістового модуля.	ПЗ №2 Завдання ПР оформлюється у вигляді презентації. Бальна оцінка залежить від повноти та змістовності доповіді, враховує системність і креативність відповідей на запитання - до 10 балів	10
Усього за ЗМ 2	2			15
3	ТЗ №3 - Тест	<i>Питання для підготовки: Групи та групова динаміка в організаційній та корпоративній культурі</i>	<i>Тестові питання оцінюються: «правильно»/«неправильно» (вірною є лише один з альтернативних варіантів відповідей) - до 5 балів</i>	5
	ПЗ №3- ПР Підготовка тем доповідей	ПЗ №3 у формі дискусійного обговорення проблемних питань з тематики змістового модуля.	ПЗ №3 Завдання ПР оформлюється у вигляді презентації. Бальна оцінка залежить від повноти та змістовності доповіді, враховує системність і креативність відповідей на запитання - до 10 балів	10
Усього за ЗМ 3	2			15
4	ТЗ №4 - опитування	Питання для підготовки: Клієнтоорієнтовані комунікації	<i>Опитування проводиться під час лекційних занять з метою стимулювання системного та креативного мислення у студентів (до 5 балів)</i>	5
	ПЗ №4- ПР Підготовка тем доповідей	ПЗ №4 у формі дискусійного обговорення проблемних питань з тематики змістового модуля.	ПЗ №4 Завдання ПР оформлюється у вигляді презентації. Бальна оцінка залежить від повноти та змістовності доповіді, враховує системність і креативність відповідей на запитання - до 10 балів	10
Усього за ЗМ 4	2			15
Усього за ЗМ 1-4	8			60

8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Підсумкові контрольні заходи (ПСКЗ)		Критерії оцінювання	Усього балів
	вид ПСКЗ	зміст ПСКЗ		
Залік	<i>Теоретичне завдання №1:</i> Тестування	Теоретичне завдання №1 у форматі комплексного тесту, до якого включено 10 питань з усіх змістових модулів. Тест передбачає відповідь на теоретичні питання.	<i>Тестові питання оцінюються:</i> «правильно»/«неправильно» (вірною є лише один з варіантів відповідей). Правильна відповідь оцінюється у 1 бал, неправильна - у 0 балів.	10
	<i>Практичні завдання №2-3:</i> Виконання індивідуального завдання	Індивідуальне письмове завдання виконується у вигляді реферату і включає в себе перелік питань та практичних завдань згідно з планом практичних завдань у розділі «Індивідуальне письмове завдання» та передбачає теоретичну й практичну частини. У теоретичній частині студент повинен дати відповіді на одне запитання. Відповіді повинні бути конкретними і одночасно охоплювати сутність поставлених запитань. Обсяг до 6 сторінок А4. Times New Roman, 14 pt, 1,5 інтервал. До практичної частини належить аналіз та обґрунтування бачення студента можливих шляхів вирішення проблемних питань.	Кожне з двох завдань оцінюється максимум у 15 балів з урахуванням повноти відповідей на запитання, логічності побудови відповіді, аргументованості наведених висновків.	30
Усього за ПСКЗ	3			40

9. Рекомендована література

Основна:

1. Прикладна етика. Навч. посіб. / За наук. ред. Панченко В.І. – К.: «Центр учбової літератури», 2012.
2. Професійна та корпоративна етика: навч. посіб. / В.Г. Нападиста, О.В. Шинкаренко, М.М. Рогожа та ін.; наук. ред. В.І. Панченко. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2019. .
3. Дученко М. М., Шевчук О. А. Бізнес-етика: конспект лекцій : навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка» освітньою програмою «Управління персоналом та економіка праці». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 56 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/39693/1/Posibnyk_Biznes-etyka.pdf .
4. Етика ділового спілкування: навч. посібник [Воронкова В.Г. Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А.]. К.: Магнолія 2006, 2019. 312 с.
5. Клієнтоорієнтований менеджмент: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності "Менеджмент" освітньо-професійних програм "Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності", "Менеджмент організацій і адміністрування" / уклад.: Д. Т. Бікулов, О. О. Головань, С. В. Маркова, О. М. Олійник, А. С. Чкан. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 90 с.
6. Ларіна Я. С., Рябчик А. В. Поведінка споживача : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНМСУ. Київ : Академія, 2014. 224 с.

Додаткова:

1. Ділове спілкування : усна і писемна форми : навч. посіб. / О. О. Тележкіна, Н. О. Лисенко, О. О. Кушнір, О. О. Литвиненко, Н. В. Піддубна. Х. : Вид-во НФаУ, 2015. 384 с.
2. Ораторське мистецтво: навч.-метод. посіб. / за ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. 2-ге вид., стер. Київ: НАДУ, 2011. 128 с.
3. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації: навч. посіб. Чернівці, 2010. 528 с.
4. Прищак М.Д., Залюбівська О. Б., Слободанюк О. М. Ділове спілкування: навч. посібник. Вінниця: ВНТУ, 2015. 128 с.
5. 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.
6. Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К. Ісаєнко, А.В. Лисенко). Полтава: ПолтНТУ, 2019. 247с
7. STERPHEN M. BYARS, KURT STANBERRY. Business Ethics: Textbook. - Rice University. content produced by OpenStax.- 2018, 337 p.

Інформаційні ресурси:

1. Українське ділове мовлення: за матеріалами сайту Ділова Мова (dilovamova.com) URL: <https://www.dilovamova.com/index.php?page=4>.
2. Етика та естетика: бібліотека stud.com.ua. URL: <https://stud.com.ua/>.
3. Етика та естетика: Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidru4niki.com/>.
4. Комунікаційні інструменти для побудови репутації: курс Prometheus. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/about.