Аннотация рабочей программы дисциплины

ФТД.01 «Основы корпоративной этики»

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - приобретение студентами компетенций в области управления корпоративной культурой и нравственной саморегуляции профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

Изучение дисциплины выполняет следующие задачи: изучение специфики деловой, профессиональной и корпоративной этики; современных этических механизмов в доктринах организации труда; современных концепций, типологий корпоративной культуры; формирование системного представления о корпоративной культуре; знакомство с методами ее диагностики и коррекции; обобщение теоретического и анализ практического опыта.

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения по дисциплине

Коды компетенции	Содержание компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-6	Способен участвовать в реализации основных и дополнительных профессиональных	ОПК-6.1 анализирует комплекс современных проблем человека, науки и техники, общества и культуры ОПК-6.2 обосновывает свою мировоззренческую и социальную позицию и применяет приобретенные знания в областях, связанных с профессиональной деятельностью ОПК-6.3 владеет основами менеджмента в организации работы коллектива при выполнении определенной исследовательской, проектной и конструкторской задачи

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

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.

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 (). Национальные модели корпоративного управления. Значимость учета социокультурной специфики партнеров для повышения эффективности делового сотрудничества.