

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА

1. Цель освоения дисциплины

Сформировать знания о корпоративной культуре как системе, о ее элементах, процессах и механизмах развития и влияния на социальные коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Корпоративная культура предприятий сервиса» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Менеджмент в сервисе», «Профессиональная этика и этикет», «Организация презентаций, встреч и приемов», «Социальные технологии в сервисе».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные категории и понятия корпоративной культуры;
- структурные компоненты корпоративной культуры;
- современные методы диагностики корпоративной культуры;

уметь

- определять коммуникационные каналы в формировании корпоративной культуры;
- определять уровень корпоративной культуры предприятия;

владеть

- навыками формирования корпоративной культуры;
- навыками исследовательской работы по оценке состояния корпоративной культуры.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 6 ч., СРС – 62 ч.),

распределение по семестрам – 3 курс, зима,

форма и место отчётности – зачёт (3 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

Предмет корпоративной культуры.

Понятие корпоративной культуры, ее принципы и признаки. Внешняя и внутренняя среда корпорации и круг субъектов ее интересов. Корпоративная культура как система взаимосвязей внутри организации.

Формирование корпоративной культуры.

Социокультурные особенности формирования корпоративной культуры. Структура, виды, механизмы формирования корпоративной культуры. Корпоративная культура в системе

корпоративных отношений и связей с общественностью.

Диагностика корпоративной культуры.

Корпоративная идентичность. Методические основы социологического изучения влияния социальных институтов и системы ценностей на формирование корпоративной культуры.

6. Разработчик

Алферова Ольга Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры технологии, туризма и сервиса ФГБОУ ВО "ВГСПУ".