



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Аудіовізуального мистецтва та заочного навчання	Рівень вищої освіти	перший (освітньо-професійний)
Кафедра	Аудіовізуального мистецтва	Рік навчання	4
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	Вид дисципліни	Нормативна
Спеціальність	021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво	Семестри	7

Корпоративна культура та етика професійної діяльності Семестри 7 (осінь 2021)

Викладач Бедріна Надія Сергіївна, кандидат культурології

E-mail nadiia.bedrina@gmail.com

Заняття 60 лекц. + залік

Адреса к. 209, поверх 2, корпус 3, вул. Мистецтв 11

E-пошта Avm.ksada.org

Викладач Бедріна Надія Сергіївна, кандидат культурології

КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем спеціально створена група в «Телеграм» і тільки у робочі дні й в робочий час з 9:00 до 18:00. Умови спілкування: 1) обов'язково повинні бути зазначені прізвище, ім'я, група студентки/ студента; 2) номер завдання; 3) посилання на завдання. Обговорення проблем, пов'язаних із дисципліною, у коридорах академії не припустимі. Консультування з викладачем в стінах академії відбуваються після занять у робочі дні, а за умов онлайн навчання – у визначений час у «ZOOM».

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна не має обов'язкових передумов для вивчення.

НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

1. Стандарт вищої освіти зі спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» перший рівень вищої освіти. К., МОН, 2019.

2. Основна література з дисципліни.

ПОСИЛАННЯ НА МАТЕРІАЛИ

Додаткові навчальні матеріали, слайди, ілюстрації тощо можна запропонувати переглянути у групі в «Телеграм» «Корпоративна культура та етика професійної діяльності».

НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ

Блокнот для конспекту, ручка. Програми, необхідні для виконання завдань: Microsoft Word, Excel, Canva або будь-який онлайн-конструктор.

МЕТА Й ЗАВДАННЯ КУРСУ

Метою дисципліни «Корпоративна культура та етика професійної діяльності» опанування системою теоретичних знань, умінь, та практичних навичок в галузі забезпечення розвитку корпоративної культури для оптимізації успішності та етики професійної діяльності. **Завдання** – сформулювати у студентів уявлення про умови функціонування системи заходів щодо впровадження методів та механізмів діагностики престижності конструктивного іміджу організації, визначення пріоритетності задач по попередженню негативних впливів на діяльність підприємств, включаючи і етико-психологічні.

СПЕЦІАЛІЗОВАНІ (ФАХОВІ) КОМПЕТЕНТНОСТІ

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК014. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК015. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК06. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК01. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.

ЗК02. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

Спеціальні (фахові) компетентності

ФК01. Високий рівень виконавської майстерності.

ФК02. Здатність створювати та реалізувати власні художні концепції у творчо-виробничій діяльності.

ФК03. Здатність спостерігати, відбирати, розрізняти, типологічно доцільно компонувати, цілеспрямовано формувати і використовувати інформаційний, виразний, образний рівні аудіовізуального твору.

ФК04. Усвідомлення художньо-естетичної природи аудіовізуального мистецтва.

ФК05. Усвідомлення взаємозв'язків та взаємозалежності між теорією та практикою аудіовізуального мистецтва та виробництва.

Програмні результати навчання

ПРН 15. Вміти спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ПРН 16. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно та письмово.

ПРН 17. Збирати, оцінювати, аналізувати та обробляти інформацію з використанням сучасних інформаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Основна спрямованість дисципліни визначається опануванням основ майбутньої спеціальності.

Дисципліна вивчається протягом 7 семестру 4-го курсу (3 кредити ECTS, 90 навчальних годин, в тому числі 30 годин — аудиторні лекційні заняття та 60 годин — самостійні). Всього курс має 2 модулі та 8 тем.

Модуль 1.

Тема 1. Вступ.

Тема 2. Стили керівництва

Тема 3. Корпоративна етика

Тема 4. Мотивація співробітників

Модуль 2.

Тема 5. Імідж і самопрезентація

Тема 6. Тімбілдинг

Тема 7. Спрямованість ділової людини.

Тема 8. Зовнішньо-групова референтометрія.

ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Теми розкриваються шляхом лекційних занять. Самостійна робота здобувача спрямована на закріплення лекційних тем. Зміст самостійної роботи полягає у проведенні маркетингових досліджень згідно лекційної тематики, формуванні звіту з дослідження та його презентації.

ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

Формами контролю є залік (3 семестр) та екзамен (2,4 семестр). Для допуску достатньо пройти рубіжні етапи контролю у формі поточних перевірок процесу самостійної роботи та виконання завдань. Залік та екзамен проходять в усній формі. Є можливість набирати бали протягом семестру.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Національна	Бали	ECTS	Диференціація А (внутрішня)	Національна	Бали	ECTS
Відмінно	90–100	А	A+ 98–100	Задовільно	64–74	D
			A 95–97		60–63	E
			A- 90–94	Незадовільно	35–59	FX
Добре	82–89	B		Незадовільно (повторне проходження)	0–34	F
	75–81	C				

ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

Під час занять необхідно вимкнути звук мобільних телефонів як здобувачам, так і викладачу. За необхідності здобувач або здобувачка може вийти з аудиторії (окрім форм контролю) – «правило вільної ноги». Здобувачі та здобувачки можуть вживати на заняттях безалкогольні напої.

Вітається власна думка з теми заняття, аргументоване відстоювання позиції.

У разі відрядження, хвороби тощо викладач має перенести заняття на вільний день за попередньою узгодженістю зі здобувачами. У разі необхідності

режиму освіти онлайн, здобувачам надаються матеріали (конспект) занять та методичні рекомендації до виконання завдань самостійної роботи.

ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНОСТІ

Пропуски занять без поважних причин і запізнення на заняття не вітаються. Якщо здобувач вищої освіти пропустив певну тему, він повинен самостійно відпрацювати її та на наступному занятті відповісти на ключові питання. У разі необхідності режиму освіти онлайн, студент надсилає викладачці самостійно виконані завдання електронною поштою, або іншим електронним засобом комунікації. Якщо завдання не виконується студентом вчасно, знижується оцінка.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (у своїх доповідях, статтях, при складанні заліків тощо). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо під час рубіжного контролю помічено списування (або копіювання чужих робіт), здобувач втрачає право отримати бали за тему. Якщо це відбулось в процесі форм контролю – здобувач отримує тільки ті бали, що були зараховані за попередні етапи контролю.

Корисні посилання: <https://законодавство.com/zakon-ukrajiny/stattya-akademichna-dobrochesnist-325783.html>

<https://saiup.org.ua/novyny/akademichna-dobrochesnist-shho-v-uchniv-ta-studentiv-na-dumtsi/>

РОЗКЛАД КУРСУ

Осіній семестр

Дата	Тема	Вид заняття	Зміст	Годин	Рубіжний контроль	Деталі
	1	Лекція	Вступ.	2	Виконання завдання самостійної роботи	
	2	Лекція	Стили керівництва	4	Виконання завдання самостійної роботи	
	3	Лекція	Корпоративна етика	4	Виконання завдання самостійної роботи	
	4	Лекція	Мотивація співробітників	4	Виконання завдання самостійної роботи	
	5	Лекція	Імідж і самопрезентація	4	Виконання завдання самостійної роботи	
	6	Лекція	Тімбілдинг	4	Виконання завдання самостійної роботи	
	7	Лекція	Спрямованість ділової людини.	4	Виконання завдання самостійної роботи	

	8	Лекція	Зовнішньо-групова референтометрія.	4	Виконання завдання самостійної роботи	
			Залік	2		

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Бали			Критерії оцінювання
	0–20	0–40	
A+	20	40	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, надав додаткові матеріали та приклади за темою. Відповів на додаткові питання. Подача акуратна, без помилок
A	17–19	37–39	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, надав додаткові матеріали за темою. Подача акуратна, без помилок
A-	16	36	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, подача акуратна, без помилок
B	12–15	32–35	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, але зробив декілька незначних помилок
C	8–11	22–31	Здобувач в повному обсязі опанував матеріал теми, але зробив значні помилки, є невеликі проблеми з форматкуванням
D	4–7	10–21	Здобувач не в повному обсязі опанував матеріал теми, робота виконана на недостатньому рівні із значними недоліками (недостатньо розкрита тема, малий обсяг, відсутність творчого підходу тощо), наявні проблеми з форматкуванням
E	1–3	1–9	Здобувач в недостатньому обсязі опанував матеріал теми, виконана робота має багато значних недоліків (недостатньо розкрита тема, малий обсяг, невідповідність завданню, невчасна подача виконаної роботи, неохайність подання тощо).
	0	0	Пропуск рубіжного контролю

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Розширений список літератури наведено у методичних матеріалах. Також на заняттях викладач може порекомендувати додаткові джерела інформації.

Базова

1. Колот А.М., Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: навчальний посібник.-К.: КНЕУ, 2008. – 224 с.
2. Маєрс Девід. Соціальна психологія/пер. з англ.-СПб.: Пітер Ком, 1998
3. Хант Дейон. Управління людьми у компанії/пер. з англ.-М.: Олімп-Бізнес, 1999

Допоміжна

1. Панфилова А.П. Имидж делового человека: учеб. пособие. - СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2007
2. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учеб. пособие М.: Аспект Пресс, 2002
3. Рай Л. Развитие навыков эффективного общения: пер с англ. СПб.: Питер, 2002
4. Спивак В.А. Организационное поведение и корпоративная культура /В.А. Спивак. – СПб: Питер, 2001.-352с.
5. Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент организационной культуры /М. Сухорукова// Управление персоналом. – 2000.- №11
6. Хаэт Г.Л., Медведева О.А. Корпоративная культура и ценности человека. – Краматорск: ДГМА, 2001.-267с.
7. Шермерорн Дж., Дж. Хант, Р. Осборн. Организационное поведение. – IMISP: Питер, 2006. – 8-е издание.
8. Гордон Я.Х. Маркетинг партнерских отношений: Пер. с а20нгл.СПб.: Питер, 2001
9. Маслоу А., Психология бытия/Пер. с англ.-М.: Рефл-бук; К: Ваклер, 1997.-304с.
10. Минаев Д.В. Маркетинг: игровой практикум. Деловые игры, упражнения, тесты. Ростов н/Д: Феникс, 2004
11. Похлебкин В.В. Международная символика и эмблематика.-М.: Международные отношения, 1989.-301с.
12. Радугин А.А. Введение в менеджмент: социология организаций и управления /А.А. Радугин, К.А. Радугин. – Воронеж: Инфра, 1995.
13. Ромат Е.В. Реклама.-К.: Харьков: НВФ «Студцентр», 2000.-480с.
14. Хартли М. Язык жестов в деловом общении: пер.с англ. М.: Эксмо, 2003
15. Черняк В.З. Энциклопедия бизнеса в афоризмах. М.: ФАИР, 1998
16. Шпигель Дж. Флирт – путь к успеху: пер.с англ. СПб.: Питер Пресс, 1995
17. Энкельман Н.Б. Харизма: пер. с нем. М.: Итерексперт, 2000