



Корпоративна культура та діловий етикет

Кредити та кількість годин:	3 кредити ЄКТС; 90 годин - денна форма: 18 год. лекційних, 24 год. практичних, 48 год. самостійна робота; залік - заочна форма: 1 год. лекційних, 4 год. практичних, 84 год. самостійна робота; залік
-----------------------------	---

I. Опис навчальної дисципліни

I. Опис навчальної дисципліни

Будь-яка людина, що прагне стати професіоналом високого класу, повинна дбати не лише про свою компетентність у вибраній діяльності, а й про свій діловий та персональний імідж. Недотримання правил ввічливої поведінки та корпоративної культури негативно позначається на морально-психологічному кліматі спілкування, викликає в людей відчуття дискомфорту, роздратованості, надмірної нервозності й загалом шкодить вирішенню справ у діловій сфері. Діловий етикет – це основа формування іміджу; практично в усьому світі він став нормою діяльності, взаємин між людьми. Це тому, що в силу своєї життєдайності він створює сприятливий психологічний клімат для ділових контактів.

Корпоративна культура й етикет ділових стосунків, дотримання етикетних норм і правил поведінки та спілкування набуває особливої ваги і значущості в умовах переоцінки ціннісних орієнтирів, оскільки дає можливість людині усвідомити свою совість, свою соціальну роль. Науково-технічний прогрес диктує свої умови щодо підготовки молодих спеціалістів. Фахівець з великої літери повинен не тільки досягти висот своєї кваліфікації, а й бути високоосвіченою, духовно багатою особистістю.

“Особистості людей не входять готовими у цей світ, а є продуктами культури і обставин так само, як і спадковості”, - пише філософ К. Ламонт у своїй праці “Ілюзія безсмертя”. Отже, отримавши в дитинстві основи культури поведінки і спілкування, людина впродовж життя прагне покращити і підвищити цей рівень. Моральними засадами етикету є правила співжиття людей, засади взаємоповаги, взаємодопомоги. Відтак, програмний курс дисципліни «Корпоративна культура та діловий етикет» призначений надати майбутнім фахівцям знання, вміння, навички із організації ділових контактів, пошуку ділових партнерів та діловому спілкуванню з врахуванням національних, гендерних і релігійних особливостей представників сторін, які спілкуються для формування ефективної корпоративної культури.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни - формування у студентів необхідних для майбутньої професійної діяльності теоретичних знань про сутність, структуру, функціональну особливість корпоративної культури, етикету в організації й упорядкуванні соціальних й професійних зв'язків, колективних й індивідуальних видів поведінки; роль етикету у формалізації культурних еталонів і цивілізованих стереотипів моральних відносин у діловій професійній практиці; розвиток раціонально-емоційної сфери моральної свідомості; формування базових та професійних комунікативних компетентностей з метою задоволення інформаційних потреб органів управління, організацій, фірм та установ задля формування корпоративної культури.

Завдання курсу – розвинути та набути такі фахові та загальні компетентності відповідно до освітньої програми «Інформаційна діяльність та цифрові документні ресурси»:

Загальні компетенції:

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 9. Здатність працювати в команді.

ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця в загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Фахові компетенції:

ФК 1. Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації у будь-яких форматах.

ФК 6. Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.

ФК 9. Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.

ФК 14. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, постійного оновлення знань.

ФК 16. Здатність організовувати роботу та здійснювати керівництво інформаційно-аналітичними, консультативно-інформаційними структурними підрозділами на підприємствах, в організаціях та установах.

III. Результати навчання

Здобувачі освіти оволодіють такими програмними результатами:

ПРН 4. Застосовувати у професійній діяльності технології інформаційного менеджменту, створення і підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, методологічні прийоми для задоволення культурних та інформаційних потреб користувачів.

ПРН 11. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.

ПРН 13. Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення.

ПРН 14. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов.

ПРН 15. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування та професійного, наукового та соціального рівнів на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

ПРН 17. Бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді.

ПРН 22. Застосовувати здобуті знання для запобігання корупції та будь-яким проявам недоброчесності в інформаційній, бібліотечній та архівній діяльності.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1.	Зміст і сутність понять корпоративна культура й етикет Місце етикету як предмету етичного знання в міждисциплінарному комплексі гуманітарних наук.

2.	Головні історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища
3.	Культура етикету як засіб розв'язання конфлікту
4.	Ділові стосунки й формування корпоративної культури.
5.	Діловий етикет та діловий імідж у корпоративній культурі.
6.	Ділова атрибутика в корпоративній культурі.
7.	Мовний етикет в корпоративній культурі.
8.	Національні особливості етикету
9.	Гендерні особливості ділового етикету

