

Інформація про вибірково навчальну
дисципліну циклу загальної підготовки
для «Кафедрального каталогу вибірових навчальних дисциплін»
на 2023/2024 навчальний рік

Назва дисципліни	Корпоративна культура
Рівень вищої освіти	ОС магістр
Курс (рік) навчання	I
Семестр	1
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	-
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Туризму
Інформаційне забезпечення	Навчальні підручники, посібники, навчально-методичні матеріали, система електронного навчання Moodle
Форма проведення занять	Лекції, семінари
Форма семестрового контролю*	Залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни здобувач повинен *знати*:

- основні поняття корпоративної культури, її місце і роль в системі управління туристичним підприємством;
- принципи та функції корпоративної культури;
- корпоративні норми як різновид норм духовної культури;
- методи формування і застосування корпоративної культури для реалізації цілей туристичного підприємства;
- особливості процесу впровадження корпоративної культури;
- моделі поведінки при формуванні корпоративного іміджу;

уміти:

- застосовувати набуті теоретичні знання при вирішенні практичних завдань;
- формувати корпоративну культуру туристичного підприємства;
- аналізувати зовнішні чинники впливу й діагностувати стан внутрішнього середовища підприємства для корегування корпоративної культури;
- аналізувати альтернативні варіанти формування корпоративної культури;
- розробляти заходи щодо вдосконалення корпоративної культури.

Відповідно до освітньої програми «Туризм» вивчення дисципліни «Корпоративна культура» сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

Інтегральна компетентність

✓ ІК Здатність ставити та успішно розв'язувати на достатньому професійному рівні складні дослідницькі та практичні задачі, узагальнювати практику туризму, прогнозувати напрями їх розвитку, вирішувати професійні проблеми та практичні завдання у сфері туризму як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності(ЗК)

✓ ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

✓ ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

✓ ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

✓ ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)

✓ СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

✓ СК4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

✓ СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

✓ СК9. Здатність використовувати теорію і методи інноваційно-інформаційного розвитку на різних рівнях управління.

✓ СК11. Здатність до соціальної та академічної мобільності в сфері туристичної діяльності.

Вивчення навчальної дисципліни «Корпоративна культура» повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти наступних програмних результатів навчання:

ПРН1. Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань.

ПРН7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

ПРН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують

нових стратегічних підходів.

ПРН10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

ПРН14. Здатність здійснювати управління підприємствами індустрії туризму.

ПРН16. Використовувати комунікативні навички і технології, ініціювати запровадження методів комунікативного менеджменту в практику діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Навчальна дисципліна «Корпоративна культура» розглядає питання теорії та практики корпоративної культури; особливості історичного розвитку, функціонування в суспільній системі, використання корпоративної культури для підвищення цілісності туристичного підприємства, зміцнення його іміджу, формування партнерської, соціально-відповідальної поведінки.

Актуальним є і формування у здобувачів нового мислення, вироблення вміння орієнтуватися у соціально-економічних процесах, що формують національні традиції, спосіб життя та ментальність, ознайомлення з методологією комплексного вивчення корпоративної культури, що передбачає мультидисциплінарний синтетичний підхід до проблеми, а також збагачення загальної культури здобувачів. Серед тем, що пропонуються для вивчення, наступні:

Тема 1. Корпоративна культура як об'єкт теоретичного аналізу

Тема 2. Атрибути та стандарти корпоративної культури

Тема 3. Міжособистісні відносини суб'єктів на підприємстві (організації)

Тема 4. Культура управління як елемент корпоративної культури

Тема 5. Діагностика корпоративної культури

Тема 6. Концептуальні підходи до формування корпоративної культури

Тема 7. Теоретичні основи управління змінами

Тема 8. Роль керівництва в управлінні змінами

Тема 9. Розвиток підприємства в сучасних умовах та проблеми управління опором змінам