

## **«КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА»**

### **Б1.В.ДВ.2.2**

Дисциплина «Корпоративная культура» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки – 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация - бакалавр входит в вариативную часть дисциплин по выбору блока Б1.

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целями изучения дисциплины «Корпоративная культура» являются получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков по современным представлениям о корпоративной культуре, методах ее диагностики и коррекции, использовании корпоративной культуры для укрепления имиджа организации, повышения ее цельности.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение современных концепций; типологий корпоративной культуры;
- формирование системного представления о корпоративной культуре; знакомство с методами ее диагностики и коррекции;
- обобщение теоретического и анализ практического опыта;
- прояснение значения корпоративной культуры для связей с ответственностью;
- тренинг навыков исследования и формирования корпоративной культуры.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Корпоративная культура» относится к вариативной части дисциплин блока 1 (Б1) ОП бакалавриата.

Дисциплина «Корпоративная культура» базируется на дисциплинах «Основы производственного мастерства», «Психология художественного творчества», «Организация проектной деятельности» и «Семиотика дизайна».

Дисциплина «Корпоративная культура» является предшествующей для изучения дисциплин «Дизайн в выставочной деятельности», «Проектирование», «Семиотика дизайна», «Дизайн и рекламные технологии».

#### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

**ОК-2** – способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

**ОК-10** – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

**ПК-2** – способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

***Знать:***

– теоретические основы и закономерности развития и функционирования корпоративной культуры; современные методы диагностики корпоративной культуры; типы и стратегии командного взаимодействия;

– основные элементы корпоративной культуры; психологические основы формирования лидерства в команде; классификацию корпоративных культур;

– факторы формирования лидерства в команде; роль руководителя в формировании корпоративной культуры; значение групп в организационной культуре.

***Уметь:***

– определять этап развития команды; определять особенности корпоративной культуры; типы корпоративных культур;

– определять степень выраженности компетенций руководителя; формировать команду для решения поставленных целей; использовать корпоративную культуру для укрепления имиджа организации;

– выявлять стратегии мышления руководителя; анализировать качество трудовой жизни; оценивать лидерство и трансляцию ценностей в организации.

***Владеть:***

– личностно-профессиональными характеристиками руководителя команды; подходами к формированию корпоративной культуры; психолого-акмеологическими основами формирования команды;

– представлениями о культуре команды; представлениями об управленческой команде как форме самоорганизации профессионалов; методами формирования групп;

– методами оценки управленческих навыков; представлениями об управленческой команде как лидерской команде; навыками рейтинговой оценки сотрудников.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.